

Univerzita Karlova

Filozofická fakulta

Ústav etnologie

Bakalářská práce

Ivana Markovich Tomashevskia

**Venkovský turismus: Studie vybraných venkovských oblastí
Severní Makedonie v období před globální pandemií covidu-19
po současnost**

Rural tourism: A study of selected rural areas of the North
Macedonia before global pandemic Covid-19 to present

Praha 2021

Vedoucí práce: PhDr. Barbora Půtová, Ph.D. et Ph.D.

Poděkování

Nejdříve bych ráda poděkovala všem, kteří mi pomohli s realizací bakalářské práce. Zejména děkuji vedoucí práce PhDr. Barboře Půtové, Ph.D. et Ph.D za podporu, důvěru, trpělivost a čas, který mi v průběhu psaní věnovala.

Poděkování patří také všem respondentům, kteří mi věnovali čas a podělili se se mnou o své zkušenosti. V neposlední řadě patří obrovské poděkování mé rodině a přátelům, kteří mi byli oporou po celou dobu mého studia.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia nebo k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 15.08.2021

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá snahou o zachování kulturního dědictví a růstu ekonomiky v Severní Makedonii, jež je realizována prostřednictvím národní strategie pro rozšiřování venkovského turismu a zvýšení podílu zahraničních turistů.

Cílem bakalářské práce je přiblížit fenomén expanze venkovského turismu a jeho sociokulturní a ekonomické dopady na okolí a hostitele před příchodem pandemie covidu-19 a po propuknutí pandemie, včetně řešení pandemické situace v Severní Makedonii.

Práce bude představovat komparativní studii výsledků venkovského turismu v období před globální pandemií covidu-19 a v jejím průběhu. Práce se soustřeďuje na analýzu postojů a zájmů hostitelů a jejich zapojení do turismu, na vztah mezi hostiteli a turisty a také na dopady venkovského turismu na obě skupiny zejména před začátkem globální pandemie až po současný stav.

Práce vychází z teoretické a praktické části. Teoretická část bude založena na rešerši odborné literatury ke zvolenému tématu a praktická část bude založena na smíšené výzkumné strategii kvalitativního a kvantitativního terénního výzkumu, který bude probíhat v roce 2021 ve vybraných oblastech makedonského venkova. Výzkumné techniky, na kterých je tato bakalářská práce založena, jsou polostrukturované rozhovory, nezúčastněné pozorování a analýza oficiálních statistik a textu. Součástí této bakalářské práce bude také fotodokumentace.

Klíčová slova: *antropologie turismu, venkovský turismus, covid-19, ekoturismus, hostitelé, kultura, Severní Makedonie, turismus, turisté*

Abstract

This bachelor thesis discusses the effort of preserving cultural patterns and economic growth in North Macedonia implemented through a national strategy for the expansion of rural tourism and a form of appealing to tourists from abroad.

The aim of this bachelor's thesis is to approach the phenomenon of expansion of rural tourism and its socio-cultural and economic impacts on the environment and hosts before the advent of the Covid-19 pandemic and after the outbreak of the pandemic, also dealing with the pandemic situation in North Macedonia.

The work represents comparative study of the results of rural tourism in the period before and during the global pandemic Covid-19. The work focuses on the analysis of attitudes and interests of hosts and their involvement in tourism. Furthermore, this thesis seeks to understand the relationship between hosts and tourists and also the impacts of rural tourism on both groups, especially before the start of the global epidemic to the current state.

The work is based on theoretical and practical part. The theoretical part will be based on a search of literature on the selected topic and the practical part will be based on a mixed research strategy of qualitative and quantitative field research, which will take place in 2021 in a selected area of the Macedonian countryside. The research techniques on which this bachelor thesis is based are semi-structured interviews, non-participating observations and analysis of official statistics and texts. Photo documentation will also be included in this bachelor thesis.

Keywords: *anthropology of tourism, rural tourism, Covid-19, ecotourism, hosts, culture, North Macedonia, tourism, tourists*

Obsah

Úvod	8
1. Venkovský cestovní ruch	10
1.1 Typologie venkovského turismu	10
1.1.1 Venkovský turismus	12
1.2 Základní témata venkovského turismu	16
1.3 Venkovský turismus v Republice Severní Makedonie	21
1.3.1 Regionální rozdělení venkovského turismu	24
1.3.2 Specifika venkovského turismu	26
2. Pandemie covidu-19	30
2.1 Obecný vhled do mimořádné situace způsobené covidem-19 ve světě.....	30
2.2 Vhled do mimořádné situace způsobené covidem-19 v Severní Makedonii	31
2.2.1 Terénní výzkum	35
2.2.2 Vliv a důsledky covidu-19 na venkovský turismus	35
3. Venkovský turismus v období před globální pandemií covidu-19 a v jejím průběhu	37
3.1 Postoje a zájmy hostitelů a jejich zapojení do turismu před začátkem globální pandemie až po současný stav.....	37
3.2 Vztah mezi hostiteli a turisty	38
3.3 Dopady venkovského turismu na hostitele a turisty před začátkem globální pandemie až po současný stav	39
Závěr	45

Seznam použité literatury	47
Přílohy	50

Úvod

Propadnout životní zaneprázdněnosti je velmi snadné. Rychlé tempo ve městech je pro mnoho lidí často stresující. To se odráží v každodenním životu ve společnostech. Lidé jsou chyceni v kruhu monotónnosti, kde se každý den zdá být stejný. Jít do práce, dokončit všechny povinnosti potřebné pro normální funkci v rámci rodiny. A znovu se opakuje to samé. Aby se lidé vyhnuli každodenní rutině způsobené životem ve městech, často cestují. Vydávají se na několikadenní výlety, aby si odpočinuli a unikli z rychlého tempa městského života. V posledních několika letech se venkovská turistika stala mezi turisty velmi oblíbenou. Venkovské osady poskytují odpočinek a relaxaci v přírodě, kde mají hosté také možnost zapojit se do místních aktivit a seznámit se zblízka s kulturou lokálních obyvatel.

Se současnou situací ve světě způsobenou virem SARS-CoV-2 byly tyto možnosti omezeny. Pandemie způsobená virem SARS-CoV-2 zasáhla kromě ostatního také cestovní ruch na celém světě. Zasaženy byly všechny formy cestovního ruchu. Tato práce si klade za cíl prostudovat problém související s pandemickými dopady na cestovní ruch ve venkovských oblastech v Severní Makedonii. Tento problém je zkoumán ze sociokulturního a ekonomického hlediska. V Republice Severní Makedonie byly v posledních několika letech zavedeny různé národní strategie pro rozvoj venkovského cestovního ruchu. Cílem těchto úsilí bylo rozšířit kulturní dědictví a přilákat zahraniční turisty. Bakalářská práce zkoumá tento problém za účelem srovnání šíření venkovského turismu před pandemií se současnou situací v zemi. Rovněž zkoumá změny v místní populaci a také to, do jaké míry jsou hostitelé a okolí pandemií ovlivněni.

Teoretická část je založena na rešerši odborné literatury ke zvolenému tématu. Odborná literatura a elektronické dokumenty jsou uspořádány do dvou částí a tříděny dle dvou kritérií. První část je věnována obecnému náhledu do problematiky venkovského turismu jak v souvislostech s širším pojetím fenoménu, tak jako expanze venkovského turismu v Makedonii a jeho sociokulturní a ekonomické dopady. Druhá část je věnována strategickým dokumentům v souvislostech s venkovským turismem v Makedonii a studiemi o následcích v privátním turistickém sektoru zasaženém globální pandemií covidu-19. Pro vyhledávání v teoretické části bylo použito klíčové slovo „venkovský turismus“ v češtině, angličtině a makedonštině. Při vyhledávání tohoto klíčového slova byl shromážděn dostatek dokumentů souvisejících s daným tématem, které usnadnily přístup k praktické části práce.

Praktická část je založena na smíšené výzkumné strategii kvalitativního a kvantitativního terénního výzkumu. Terénní výzkum byl proveden v několika regionech, které jsou specifické

pro venkovský turismus. Před zahájením terénní výzkumné činnosti byly prozkoumány některé aspekty a rozdělení. Ukázalo se tedy, že venkovský turismus v Severní Makedonii je rozdělen do několika regionů a turistických zón. V průběhu terénního průzkumu byla tato regionální rozdělení zaznamenána a data související s venkovskými oblastmi byla rozdělena podle regionů, do nichž patří. Touto činností byly seřazeny pro snazší a jasnější orientaci. Shromážděná data jsou založena na pozorování v několika regionech, konkrétně ve venkovských oblastech – v Pelagonském, Skopském, Položském a Jihozápadním regionu. Praktická část, prováděná polostrukturovanými rozhovory a nezúčastněným pozorováním, je obsahově zaměřena na venkovský turismus a jeho sociokulturní a ekonomické dopady na okolí a hostitele před příchodem pandemie covidu-19 a po jejím propuknutí.

Na základě problematiky a účelu výzkumu je práce strukturována podle následujícího paradigmatu: úvod, první kapitola, druhá kapitola, třetí kapitola a závěr. Podstata práce je obsažena ve třech hlavních částech:

1. Pojem turismus, venkovský turismus a základní témata venkovského turismu.
2. Pandemie covidu-19 a obecný vhled do problematiky.
3. Venkovský turismus v období před globální pandemií covidu-19 v Severní Makedonii a v jejím průběhu.

Na základě rešerše bylo zjištěno, že vědecké prostředí v Makedonii se věnuje pouze venkovskému turismu v souvislosti s jeho ekonomickými dopady na okolí a hostitele. V zemi jsou dopady pandemie analyzovány a popisovány výhradně z ekonomického hlediska. Ze shrnutí rešeršní činnosti vyplývá, že ze sociálního a kulturního hlediska není téma dostatečně prozkoumáno, proto je pro výzkumný záměr velmi vhodný a podnětný.

1. Venkovský cestovní ruch

1.1 Typologie venkovského turismu

Abych definovala koncept venkovského turismu jako samostatného odvětví turismu, domnívám se, že bych se měla nejprve zaměřit na podstatu samotného turismu. Vzhledem ke své komplexní povaze považuje mnoho autorů formální a definitivní definici turismu za nemožnou. Samozřejmě existují různé teorie, které se pokoušejí přiblížit tomuto jevu a poskytnout podrobnější vysvětlení.

Rozvoj turismu ukazuje na jeho souvislost s různými aktivitami, na jeho přítomnost v téměř všech zemích světa, na způsob fungování, na kulturu a jazyk. Proto lze říct, že turismus charakterizuje velké měřítko názory a porozumění. Turismus je dlouhotrvající fenomén. Někteří autoři se domnívají, že jeho počátky jako sociálního jevu sahají do období před 20 000 lety, kdy pravěký člověk začal migrovat mezi kontinenty, vstupoval na některé ostrovy a hledal vhodné útočiště a zdroje potravy. Jiní pak považují počátky turismu v období gravettienu za explicitně diskutabilní. Vývoj fenoménu cestovního ruchu probíhá v šesti historických etapách. S výstavbou silnic, rozvojem infrastruktury, poutnictví, železniční, vodní a letecké dopravy. Rychlý rozvoj cestovního ruchu byl podporován modernizací poštovní a telekomunikační dopravy. Velkou roli sehrál také vznik prvních cestovních kanceláří (Яковлев, 2018).

Pojem turismus, který významově odpovídá tomuto fenoménu, však poprvé uvedl Stendhal ve své knize „Mémoires d'un touriste“ (Paměti turisty, 1838), což naznačuje, že francouzské slovo „voyager“ nebylo vhodné pro relevantní popis nového jevu (Bannikov, 2020). Dle Theobalta etymologický pojem turismus pochází ze slova „tour“ – z latinského „tornare“ nebo z řeckého „tornos“ a znamená kruh, pohyb kolem určité osy. Přípona „ism“ představuje akci nebo proces, a když se ke slovu „tour“ přidá přípona „ism“, dostaneme slovo „tourism“, což znamená akci nebo pohyb v kruhu (Методиески, Димитров, 2018, s. 8).

Turismus je významným sociálně-ekonomickým fenoménem, který vstupuje do hospodářského, sociálního, kulturního, politického a sportovního života. Tento fenomén je heterogenní, a proto by měl být studován multidisciplinárně (Яковлев, 2018). Ačkoli neexistuje univerzální definice turismu, lze rozlišit jeho základní funkce. Turismus jako socioekonomický výskyt rozlišuje sociokulturní a ekonomickou funkci (Яковлев, 2018). Ze sociokulturního úhlu pohledu uspokojuje turismus potřeby duševní a fyzické rekreace, pomáhá opustit rutinu každodenního života a slouží jako zdroj relaxace. Z ekonomického hlediska turismus slouží jako

hlavní prvek finančního zabezpečení a v mnoha případech je jediným finančním zdrojem (ЯКОВЛЕВ, 2018).

V návaznosti na díla MacCannella, Turnera a Cohena se Graburn pokusil fenomén turismu přiblížit k rituálům, hře a poutnictví (Graburn, 1983, s. 9). Dle Graburna je turismus souhrn neobyčejné potřeby relaxace a odpočinku od všedního života, který charakterizuje lidskou společnost (Graburn, 1983, s. 11). Jako takový se zaměřuje na lidské chování, které se mění v čase a prostoru, vynořuje se ze světa každodenního života a vstupuje do neobvyklého a vzrušujícího světa, který rovněž zahrnuje i rituál a hru (Graburn, 1983, s. 11). Autor také nevyklučuje myšlenku, že kvalita cestování koexistuje se svátostí a má duchovní význam. S touto myšlenkou dochází k závěru, že poutnictví a turismus se příliš neliší (Graburn, 1983, s. 16). Jiní autoři, navzdory tomu, že považují tuto studii za velmi důvtipný a kvalitní vhled do fenoménu turismu a odpočinku, včetně porovnání turismu s rituálem a hrou, zpochybňují některá hlediska „obecného“ pohledu na rituál, údajně založený na Turnerově etnocentrickém pohledu (Nash, Smith, 1991, s.18). V případě této analýzy se Cohen a Nash domnívají, že chování turistů může být něčím proměnlivým. Předpokládají, že ne každý turista může dosáhnout liminální zkušenosti a podlehnout situacím zahrnující hry (Nash, Smith 1991, s. 18). Poněkud jiný přístup předkládá Jafar Jafari. Turismus všeobecně ukazuje na „studium člověka (turisty) daleko od jeho obvyklého prostředí, turistického aparátu a sítě reagující na jeho různé potřeby a obvyklých (odkud turista přichází) a neobyčejných (kam turista jde) světů a jejich dialektických vztahů“ (Jafari, 2000, s. 585). Turismus je komplexní soustava zahrnující pět základních prvků: turisté, tři geografické elementy (generování regionů, tranzitních tras a cílové destinace) a turistický průmysl. Ústředním prvkem tématu je turista (lidský faktor), který se pohybuje v čase a prostoru. Tyto prvky se vzájemně ovlivňují a jsou propojeny, fungují a integrují v širších prostředích – ve fyzické, kulturní, sociální, ekonomické, politické a technologické sféře (Leiper, 1979, s. 390–404).

Přestože se turismus v určitých časových obdobích vyskytuje částečně, jedná se o úžasný jev, který může u lidí vzbudit pocit radosti, dojetí, ale také přispět ke zvýšení sociálního statusu a zlepšení fyzického a duševního zdraví. Nicméně turismus je často také zkoumán jako nástroj, který provádí sociokulturní, ekonomické a environmentální změny, zejména se klade pozornost na analýzu negativních i pozitivních dopadů turismu na hostitelskou populaci, včetně kultury a životního prostředí (Půtová, 2019, s. 59). Během turistického procesu existují dvě různé interpretace, úvahy a názory na hostitelskou a hostující populaci. Vyměňují se navzájem různé sociální prvky, které jsou typické pouze pro jednu kulturu a jazyk. V těchto okamžicích se kromě pozitivních reakcí často stává, že se vyskytnou i negativní dopady, které se projevují ve formě segregace, asimilace, ztráty autenticity a stereotypizace (Půtová, 2019, s. 60). Naopak k

pozitivním prvkům turismu patří jevy jako ochrana lidové kultury, architektury, místního umění a řemesel, které mohou zvýšit mobilitu a posílit lokální kulturní identitu (Půtová, 2019, s. 60). Turisté během své cesty získávají nové zkušenosti, setkávají se s novými kulturními návyky, i tím často zvyšují svůj sociální kapitál. Všechny zážitky, se kterými se turisté setkávají, jsou různé, před vstupem do požadovaného cíle mají turisté různá očekávání a po vstupu do požadovaného cíle se zážitky mohou změnit. Tyto zážitky zůstávají po návratu domů vryty do paměti turistů a časem se proměňují ve vzpomínky (Půtova, 2019, s. 65). Podle některých autorů je turismus také sociální terapií, která lidem poskytuje nepřetržité funkce. Osvobozuje je od neustálého každodenního tlaku a opakujících se věcí, od nichž lidské tělo postupně potřebuje odpočinek. Turismus lze také považovat za hru, která vede k šílenému a trochu dětinskému chování, když se lidé zbaví trvalých úkolů a povinností duchovní a tělesné zátěže (Půtová 2019, s. 66–67). Turismus jako komplexní systém se změnou času a s příchodem industrializace začal formovat v různé formy a rozvíjet se v několika sférách. Výskyt fenoménu turismu v praxi bývá aplikován v kontextu širokých tematických okruhů antropologie jako globalizace, urbanizace, migrace, materiální a duchovní kultura, gender, politika, ekonomie, etnicita. K ústředním tématům studia turismu patří také studie jeho nových typů. Za standardní typy turismu se považují etnický turismus, kulturní turismus, historický turismus, environmentální turismus a rekreační turismus. Mezi turismus se zvláštními zájmy se počítají obchodní turismus, kongresový turismus, gastronomický turismus, temný turismus, agroturistika neboli venkovský cestovní ruch, ekoturismus, lázeňský turismus, sexuální turismus, vesmírný turismus a sportovní turismus (Půtová, 2019).

1.1.1 Venkovský turismus

Venkovský turismus je považován za alternativní typ turismu, který má schopnost ve větší či menší míře uspokojit potřeby moderního člověka přesyteného rychlým rytmem městského prostoru. Abychom odpověděli na otázku, co je důvodem poptávky venkovského turismu, je třeba analyzovat, co venkovský turismus zahrnuje. Industrializace a modernizace mají v celosvětovém měřítku urbanistické kompozice. Rychlý životní styl vede k poptávce po klidnějším a vzdálenějším cíli mimo města. To samo o sobě vede ke zvýšené poptávce po venkovských oblastech. Potenciální rozvoj venkovského turismu souvisí se zvýšeným rozvojem cestovního ruchu na celém světě. Zatímco venkovský turismus je pro turisty alternativním řešením útěku ze stresujících, přeplněných a hlučných měst, je také pro nerozvinuté venkovské oblasti klíčovým faktorem sociální a kulturní podpory. Venkovský turismus může být do značné míry také klíčovým řešením problému nezaměstnanosti, zvyšování kulturního dědictví místních obyvatel a zvyšování úrovně povědomí o životním prostředí. V důsledku toho se ve vyspělých

zemích objevuje nový typ cestovního ruchu zaměřený na návštěvu venkovských oblastí (Методијески, 2012).

Klíčové prvky venkovského turismu podle Lane:

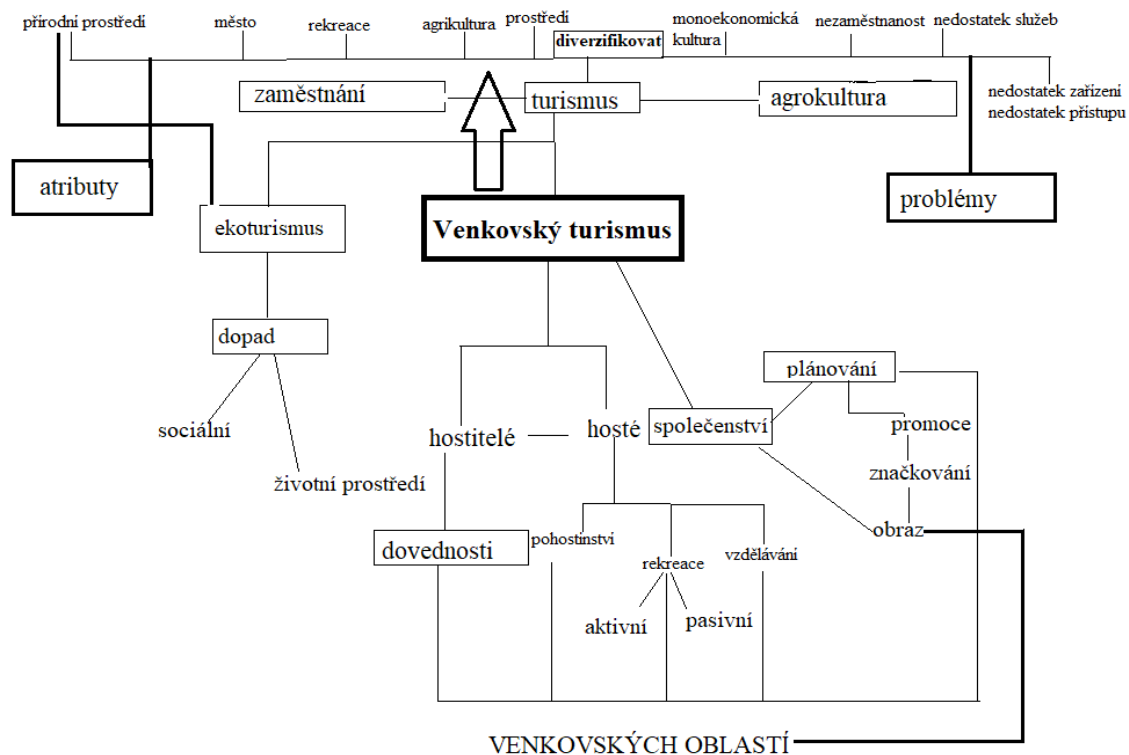
- rozvíjí se ve venkovských oblastech;
- je zaměřený na venkov: otevřený prostor, kontakt s přírodou, kulturní a přírodní dědictví, tradiční způsob života a podnikání;
- umožňuje účast na tradičních aktivitách a způsobu života místního obyvatelstva;
- poskytuje osobní kontakt;
- má tradiční charakter, rozvíjí se pomalu a organicky, v blízkém spojení s místními rodinami. Do značné míry je často kontrolován lokálně a vyvíjí se směrem k dlouhodobému prospěchu místní komunity;
- vysoké procento příjmů z venkovského turismu prospívá venkovské komunitě (Ристовски, 2017, s. 4).

Světová organizace cestovního ruchu (The World Tourism Organization) nahlíží na venkovský turismus jako na „typ turistické aktivity, ve které zážitek návštěvníka souvisí s širokou škálou produktů obecně spojených s přírodními aktivitami, zemědělstvím, venkovským životním stylem, kulturou, rybařením a prohlídkami památek“ [online]. Světová organizace cestovního ruchu konstatuje, že „venkovský cestovní ruch probíhá mimo městské (venkovské) oblasti s následujícími charakteristikami: a) nízká hustota obyvatelstva, b) ve využívání krajiny dominuje zemědělství a lesnictví, c) tradiční sociální struktura a životní styl“ [online, The World Tourism Organization, cit. 1. 7. 2021].

Towner se domnívá, že začátek rozvoje venkovského turismu sahá do 17. a 18. století, kdy se venkovské prostředí využívalo jako místo k rekreaci evropskou elitou (Towner, 1995). Anglický básník William Wordsworth, zabývající se člověkem a jeho vztahem k přírodě, rozšířil v roce 1810 vydáním *Průvodce okrese jezer* pro Jezernou oblast (Lake District) poptávku po návštěvě venkovských prostředí (Методијески, 2012). V Alpách se začátek trendu poptávky po venkovských oblastech objevuje u vysokohorské turistiky, horolezectví a rekreace v 19. století (Методијески, 2012). Za mezník v této souvislosti je považován rok 1863, kdy Thomas Cook uskutečnil první organizovaný zájezd do venkovských oblastí Švýcarska z důvodu zlepšení zdravotního stavu podporovaného horskými sporty (Půtová, 2019). Řada autorů spojuje počátky venkovského turismu s obdobím, kdy byla uvedena placená dovolená pro německé státní úředníky. S postupem času tito státní úředníci začali uskutečňovat cesty do venkovských oblastí

lokalizovaných poblíž města (například do malých motelů a domů v přírodě), aby podnikali obchodní jednání (Методијески, 2012). Ve Spojených státech amerických bylo charakteristickým obdobím pro expanzi venkovského turismu zprovoznění Yellowstonského národního parku (Yellowstone National Park). Řada dalších autorů se domnívá, že rozvoj venkovského turismu, a zejména jeho rekreační cíle, dosahuje integrity až po druhé světové válce. Každopádně jako reintegrační faktor k znovuoživení venkova a uchování lokálních tradic se objevuje od 60. let 20. století (Методијески, 2012).

Vzhledem ke složité povaze turismu jako celku se v tomto ohledu neliší všechna jeho odvětví a rozdělení. Mnoho dalších termínů jako zemědělský turismus, agroturismus, měkký turismus a ekoturismus se také používá k definování venkovského turismu. Navzdory výše uvedenému však ne všechny turistické zážitky na venkově a v přírodě patří do odvětví venkovského turismu. Například některé parky, které se nacházejí na venkovské půdě, mají předchozí organizační strukturu. Nacházejí se na venkově pouze kvůli finanční dostupnosti pozemků (Beeton, 2006). Venkovský turismus má v každém venkovském regionu různé problémy a atributy, které s ním souvisejí. Všechny tyto procesy se liší od jednoho venkovského místa k druhému v závislosti na ekonomickém a teritoriálním postavení země. Atributy lze rozdělit na přírodní prostředí, město, rekreaci, agrikulturu, prostředí, diverzifikovat, monoekonomická kultura, nezaměstnanost, nedostatek služeb, atributy, ekoturismus, dopad, sociální, životní prostředí, dovednosti, pohostinství, rekreace, aktivní, pasivní, vzdělávání, plánování, promoce, značkování, obraz, problémy, nedostatek zařízení, nedostatek přístupu.



1.1 Diagram venkovského turismu (Beeton, 2006, s. 143)

Problémy vyplývající z tohoto aspektu mohou být vysoká nezaměstnanost, nedostatek ubytovacích zařízení, služeb a přístupu. Ve venkovském turismu se uvažuje o prvcích, které zahrnují plánované znázornění a realizaci turistického obrazu prostřednictvím různých propagačních podpor, marketingu a médií (Beeton, 2006). Turismus je založen na poptávce po turistických produktech a službách. Účastníky bývají aktivní a pasivní aktéři, kde na jedné straně jsou hosté, kteří usilují o jedinečné, autentické zážitky a různé způsoby rekreace, a hostitelé, kteří se snaží splnit jejich očekávání (Půtová, 2019). Tyto prvky se týkají procesu plánování a venkovských oblastí, zatímco venkovské oblasti hrají klíčovou roli (Beeton, 2006).

Pro rozvoj venkovského turismu v konkrétní lokalitě, která je pro cílovou skupinu doposud neznámá, se rozlišuje šest fází rozvoje destinace:

1. Pře-turistická fáze – venkovská oblast není vůbec navštěvována nebo je navštěvována pouze tranzitními turisty;
2. „Lokalita“ pro přilákání turistů – existuje obecná představa o venkovském prostředí, kde místní obyvatelstvo stále nehraje aktivní roli;
3. Formování několika takových stanic a zajištění dopravy mezi nimi;
4. Organizace a specializace – produkt cestovního ruchu poskytovaný daným venkovským prostředím odráží specifické požadavky cílových turistických skupin;
5. Fáze nasycení;
6. Fáze přizpůsobení (Методијески, 2012).

Pojem venkovský turismus, který významově odpovídá tomuto fenoménu, má současnou a vývojovou podstatu. Pojem „venkovský“ pochází z latinského slova „ruralis“, které označuje venkov a souvisí se způsobem tamního života (Методијески, Димитров, 2013, s. 22). Venkovský turismus dle Momsena představuje „outdoorová rekreace“, která se odvíjí v předměstských oblastech v bezprostřední blízkosti hor, řek a parků (Jafari, 2000, s. 514). Složitost definování venkovského turismu vychází z odlišného chápání a obsahu konceptu, který je interpretován různými zeměmi. Zejména Řekové, Portugalci a Španělé ztotožňují venkovské prostředí s obděláváním půdy, v anglosaských státech k venkovu patří všechny oblasti kromě měst, v Nizozemsku, Francii, Belgii a Německu se vytvářejí hranice mezi venkovskými, pobřežními a horskými oblastmi. Z toho lze vyvozovat, že pro termín venkovský turismus nelze použít komplexní a všeobecné vysvětlení. To je způsobeno odlišným sociálním porozuměním a příchodem industrializace a modernizace, kdy tento rys ztrácí sílu (Методијески, 2012). Rozmanitost koncepce venkovského prostředí spočívá v pestrosti konkrétního produktu nabízeného venkovským turismem. Turisté mají různá očekávání a představy, které se pak mění

v souladu s odpovídající spokojeností nebo nespokojeností se skutečnou nabídkou turistického produktu. V pohledu poskytování služeb se jedná o hlavní vodítko turistů, kteří se rozhodnou tyto produkty znovu využívat (Методијески, 2012). Vysoká a dynamická poptávka často hraje hlavní roli při změně navštívených turistických cílů. Tím se rozšiřují hranice specifického turistického systému do nových prostředí, jako jsou lesy (přírodní prostředí bez obyvatel místa) a venkovské zemědělské prostředí (zájem je zaměřen na vodní plochy, řeky, parky a zelené zóny, lesy a pastviny) (Методијески, 2012).

1.2 Základní témata venkovského turismu

V literatuře je na témata venkovského turismu nahlíženo z různých perspektiv. Někteří autoři se domnívají, že studium turismu ve venkovských oblastech by se mělo více soustředit na duchovnost a duchovní očistu nabízené přírodou, jiní se více zaměřují na sociokulturní změnu hostitelů a prostředí ovlivněné venkovským turismem. Poměrně velká koncentrace je zaměřena na ekonomické dopady turismu, ale v úvahu se bere také vztah mezi hostitelem a hostem v daném procesu.

Potřeba péče o lidského ducha nebo duši, na rozdíl od hmotných nebo fyzických věcí, často zůstává záhadou, protože lidé se jen zřídka svěřují se svými osobními pocity někomu jinému. Duchovní zážitky turistů proto nelze přesně stanovit. Pohled na venkovský turismus v duchovním smyslu je způsoben autentickými zážitky, s nimiž jsou turisté seznámeni, a jsou protikladem moderního turismu ve městě. V této souvislosti je zkoumán hlubší význam potenciální duchovnosti turistických aktivit mimo rámec jednostranných aktivit venkova. Tento koncept konkrétně poskytuje vhled do toho, zda lidé během svého pobytu dosáhnou duchovního pozvednutí a zda se citově propojují s místem pobytu (Sharpley, Jepson, 2011). Tato problematika byla zvažována z mnoha disciplinárních perspektiv, ale důraz je kladen především na místo a lidské spojení s tímto místem. Zejména místo bylo nejčastěji interpretováno podle tří složek: fyzického prostoru, lidského chování a zkušenosti a sociálně konstruovaných významů míst (Sharpley, Jepson, 2011). Myšlenka, kterou se autoři snaží prezentovat, spočívá v tom, že se prázdný prostor vyvíjí a lze jej definovat jako konkrétní místo až v momentě, kdy jsou do něj vloženy nějaké pocity, okamžiky a hodnoty. Spojení, které lidé mají s místem, je výsledkem toho, jak si tato místa sami interpretují (Sharpley, Jepson, 2011).

Trochu odlišným pohledem na venkovský turismus je také romantické pojetí venkova nebo venkovské „idyly“ (Beeton, 2006). Tento koncept se poprvé objevil v období evropského romantismu, kdy venkovská idyla byla něčím odlišným než znečištěná města, ve kterých dominovaly továrny. Koncept idyly byl spojován s nádhernými zelenými poli, barevnými

květinami, zdravím, vitalitou a pohodlím. V době evropského romantismu koncept idyly úzce souvisel s interpretací venkovského prostoru jako „krásky z obrazu“ nebo konkrétně jako vizuálně přitažlivé scény. Idylické vyobrazení východů a západů slunce, úchvatné hory, svěží zelené louky s barevnými květinami a nebesky modrá obloha dominovaly v 19. století, kdy byla města ztotožňována s nemorálností a znečištěním. Tuto myšlenku rozšířila řada básníků jako Wordsworth, Shelley a Keats. Navzdory romantickému pojetí idyly v minulosti se tato myšlenka vyvíjí a je motivací pro turisty, kteří cestují na venkov, až do současnosti (Beeton, 2006).

Venkovský turismus je také důležitý z hlediska vzájemné interakce, která v daném procesu probíhá mezi hostitelem a hostem. Tento jev byl nejčastěji studován z aspektu dopadu venkovského turismu na hostitelskou populaci, včetně kultury a okolí. V tomto procesu může skutečně dojít k významným změnám místní populace, pokud hosté začnou praktikovat určité činnosti a návyky, které nejsou specifické a vlastní pro hostitelskou kulturu. Například potěšení z každodenních outdoorových aktivit, jako jsou pěší turistika, návštěva farem, nošení módního oblečení, utrácení peněz za zábavu, líčení, vztahy mezi lidmi a mnoho dalších takových příkladů, které mohou mít pozitivní nebo negativní dopad na chování a myšlení místních (Alizadeh, Ahmadi, 2018). Venkovský turismus je ovšem významným faktorem při zachování kulturních tradic a dědictví. Díky neustálé poptávce turisté získávají nové znalosti o kultuře a v některých případech je to jediný způsob, jak oživit některé zapomenuté tradice a obnovit místa. Venkovský turismus je klíčovým faktorem při zachování národního dědictví a infrastruktury, a právě tyto prvky přilákají turisty k volbě tohoto druhu dovolené. Z tohoto pohledu se tyto prvky navzájem prolínají a doplňují. Zemědělství je také ve vzájemné blízkosti s venkovským turismem, protože potřeba obdělávání půdy může mít zásadní význam pro stálý počet obyvatel, který se vyhýbá místnímu přistěhovalectví. Dalšími změnami považovanými za negativní prvky související s venkovským turismem mají infrastrukturní povahu. Silnice a moderní restaurace byly postaveny tak, aby vyhovovaly požadavkům turistů, a rekonstruované domy pak ztrácejí svoji původní tradici a význam. Realizační plány a strategie rozvoje venkovského turismu ovšem trvají na zachování kulturního dědictví, životního prostředí a na původních tradicích a chování (Alizadeh, Ahmadi, 2018).

Velmi důležitým prvkem venkovského turismu je mimo jiné i definování fenoménu venkovského prostředí. Většina autorů zdůrazňuje rozdíly mezi městským a venkovským světem. Studie zaměřené na tuto problematiku pocházejí z 19. století, kdy byly poprvé zmíněny v roce 1929 v práci „Zásady venkovské městské sociologie“ (Principles of Rural Urban Sociology). Autoři Sorokin a Zimmerman identifikovali více než 200 indikátorů pro venkovské oblasti, které se liší od městského prostředí (Šimková, 2007). Celkově venkovské prostředí pokrývá přírodně geografickou oblast, ve které fungují primární činnosti (zemědělství, lesnictví a

chov hospodářských zvířat), kde obvykle existuje méně rozvinutá ekonomická linie a institucionální infrastruktura (Методијески, Димитров, 2013). Venkovské oblasti jsou považovány za zdroj národního bohatství, kultury a jsou podstatnou součástí národních památek. Z dnešního úhlu pohledu jsou venkovské oblasti rekreačními, kulturními a přírodními oblastmi, které jako součást přírody mají mnoho ekonomických, environmentálních a sociálních funkcí (Šimková, 2007).

Užší formou venkovského prostředí je venkovský region. Halfacree (1993) identifikuje čtyři přístupy při definování pojmu venkovský region.

1. Popisný – popisuje region pomocí empirických dat – počet a hustota obyvatelstva;
2. Sociokulturní – popisuje vazby mezi sociálními a prostorovými ukazateli, například to, jak hustota obyvatelstva ovlivňuje chování a mezilidské vztahy v regionu;
3. „Venkov“ jako místo – a jeho charakteristiky, které činí region venkovským, jako je vzdálenost od velkých měst;
4. „Venkov“ jako sociální přijetí – z pohledu toho, jak venkov zapadá do sociálního modelu mimo městské regiony, jednotlivce nebo skupiny. Většina lidí chápe venkovský region až po obdržení vizuální představy.

Autor předpokládá, že konkrétní definici venkovského regionu je obtížné implementovat, protože na tento jev lze nahlížet různými způsoby podle určitých přístupů (Halfacree, 1993).

Někteří autoři ztotožňují venkovský turismus s agrárním a zemědělským turismem. Podle jiných se tyto tři kategorie odlišují. V Severní Makedonii jsou v oblasti venkovského turismu identifikovány agroturismus, ekoturismus, turismus související s duchovními a fyzickými disciplínami, horský turismus, lov a rybaření, lázeňství, vinařství, sportovní a vodní turismus. Agroturismus a zemědělský turismus mohou poskytnout částečné vysvětlení pro venkovský turismus, přičemž obě kategorie jsou jeho nedílnou součástí (Методијески, Димитров, 2013).

Agroturismus (agrární turismus) je pojem s užším obsahem než venkovský turismus. Agrární turismus zahrnuje vše, co souvisí se zemědělstvím na venkově, včetně tradic a zvyků, s nimiž se turisté setkávají. Vztahuje se na různé činnosti úzce související se zemědělskými pracemi, jako jsou pěstování zeleniny, pěstování ovoce a chov hospodářských zvířat a zařízení potřebné k výkonu zemědělských činností. Většina autorů rozlišuje mezi formami venkovského turismu na základě důrazu na volný čas a rozsahu typických služeb cestovního ruchu, kde v samotném turistickém zážitku existují rozdíly. V tomto pohledu autoři dosahují určité konkretizace jednotlivých pojmů a prezentují agrární a farmářský turismus jako dílčí složku

turismu ve venkovských oblastech. S tímto považují agrární turismus za forma turismu, kde má návštěva specifický venkovský zemědělský účel (Методијески, Димитров, 2013).

Farmářský turismus je dalším prvkem úzce souvisejícím s venkovským turismem a v některých případech je definován jako typ agroturismu. Nejčastěji je spojován s farmou, ať už se jedná pouze o pobyt turistů, jejich účast na různých venkovských aktivitách, oslavách, dalších rekreačních činnostech, nebo stravování. Farmy mohou být plně funkční nebo přizpůsobeny pouze pro ubytování. Farmářský turismus zdůrazňuje jak farmy, které jsou využívány jako prostředek ubytování pro turisty, tak přímé spojení s produktem nabízeným venkovským zemědělstvím. Na těchto farmách se turismus stává hlavním zdrojem příjmů, kde se hostitelé obvykle specializují pouze na poskytování ubytovacích a stravovacích služeb (Методијески, Димитров, 2013).

K rozvoji tohoto alternativního typu turismu se předpokládá, že je třeba splnit několik faktorů. Klíčové faktory, které jsou považovány za důležité pro řešení těchto záležitostí, jsou:

- existence přírodních a antropogenních turistických hodnot (zdrojů);
- odpovídající materiálně-technický základ (ubytovací zařízení);
- lidský faktor;
- institucionální podpora;
- vybudovaná sociální a výrobní infrastruktura;
- plynulá poptávka turistů, zajištění stálé poptávky po turistických produktech na venkově a účinné využívání ubytovacích kapacit;
- bezpečnost ve venkovských oblastech (Методијески, Димитров, 2013).

Přírodní a antropogenní faktory hrají velkou roli v rozvoji turismu ve venkovských oblastech. Umožňují zavádění flóry a fauny, což přispívá k ochraně životního prostředí. Turisté mají možnost být v těsném kontaktu s přírodou a obdivovat její krásu. Touha turistů být co nejbližší přírodě motivuje hostitele ke zkrášlování okolí. Rozvoj venkovského turismu zvyšuje povědomí širší populace o péči o zachování přírodního prostředí. Každý turista, který si někdy užíval krásy přírody, možná bude jejím snaživým ochráncem, a hostitelé budou mít zájem o její zachování. Výše uvedené je důležité z hlediska důsledné konzistence příznivých bioklimatických, lázeňských a přírodních zdrojů doplněných stavbami a činnostmi etnografického, historického a tradičního charakteru. Jedinečnost tradičního zpracování předmětů, tradiční řemesla, jako je hrnčířství, řezbářství a tkaní a způsob výroby. Za další důležitý faktor se považují také ubytovací zařízení, jako jsou penziony, půjčovny a kempy. Ubytovací zařízení jsou přizpůsobena tak, aby

odpovídala základním charakteristikám venkovského turismu, kde je umožněn kontakt s místní kulturou a vzájemná komunikace mezi hostiteli a hosty. Venkovský dům a dvůr mají větší význam než představa o klasickém základním zařízení pro ubytování a stravu. Venkovský dům a dvůr jsou zároveň hodnoceny jako součást člověka, který je podstatou venkovského turistického produktu (Методијески, Димитров, 2013). Dalším důležitým rysem rozvoje venkovského turismu je lidský faktor, na který se tato bakalářská práce nejvíce zaměří. Na tuto vlastnost lze nahlížet ze sociokulturního a ekonomického hlediska, kde jsou současně důležití hostitelé a turisté. Hostitelé mají k dispozici větší pracovní příležitosti. Povinnosti hostitele se mohou lišit, ale ve venkovském turismu se domácnost stará o všechny související aspekty. Během sezóny může být zapojeno i větší množství lidí, což zvyšuje počet zaměstnanců. Spojení mezi turismem a zemědělskými aktivitami přispívá k rozvoji regionu, ke zlepšování služeb a uspokojení potřeb turistů. O posílení těchto činností bylo místním obyvatelům poskytnuto školení, aby si osvojili profesionální návyky, aniž by ztratili původní tradiční podstatu místního obyvatelstva (Методијески, Димитров, 2013). V nabídce turistického produktu hrají velmi důležitou roli různé aktivity a strava. Turisté touží po seznámení s některými novými neobvyklými aktivitami, které jsou autentické výhradně pro místní obyvatelstvo v dané oblasti. Například ve sportech ve městech existují pasivní a aktivní účastníci, zatímco to není pravidlem ve venkovských oblastech. Zde jsou všichni účastníci aktivní a navzájem si vyměňují různé kulturní zkušenosti. Strava je součástí kultury národa. Podává se v tradičním nádobí, které je také specifické pro kulturní prostor. Strava hraje významnou roli, protože je považována za nedílnou součást identity v postmoderní společnosti (Методијески, Димитров, 2013). Jídlo připravují společně hostitelé a hosté a tento jev je již dlouho lákadlem pro turisty a obohacuje pobyt ve venkovském domě. Venkovské oblasti mohou těžit z kulturních hodnot a prvků gastronomického turismu prostřednictvím značkování. Gastronomický turismus zahrnuje návštěvy kuchyní a přípravy potravin, potravinové festivaly, restaurace a charakteristická místa, kde primární motivací pro návštěvu je jídlo nebo zážitek ze způsobu přípravy jídla (Методијески, Димитров, 2013). Kromě dosud zmíněných okolností, které přispívají k rozvoji venkovského turismu, se věnuje pozornost také institucionální podpoře, budování sociální a výrobní infrastruktury, čímž se zajišťuje stálá poptávka po turistickém produktu a možnost bezpečnosti (Методијески, Димитров, 2013).

Kulturní atributy	Přírodní atributy	Historický atributy
-------------------	-------------------	---------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Zemědělské zvyky • Potravinářské výrobky • Farmářská a agrární produkce • Místní řemesla a umění • Metody příprava jídla • Životní styl místních • Místní festivaly a obřady • Místní jazyky • Místní hudba a tanec • Místní vzdělávací cestování • Místní sporty • Ubytování 	<ul style="list-style-type: none"> • Venkovská krajina • Přírodní prostředí • Široce otevřené prostory • Lov a rybaření • Činnosti založené na přírodě • Procházky v džungli • Ekoturismus • Venkovské dobrodružství • Safari • Horolezectví a jízda na koni 	<ul style="list-style-type: none"> • Folklor • Venkovské historické památky • Architektura • Dějiny • Dědictví
--	--	---

Venkovské aktivity lze rozdělit podle tří různých skupin atributů: kulturních, přírodních a historických (Ayazlar, Ayazlar, 2015 s. 173).

1.2 Klasifikace venkovských činností (Ayazlar, Ayazlar, 2015 s. 173)

1.3 Venkovský turismus v Republice Severní Makedonie

Problematika venkovského turismu v Severní Makedonii stále není jasně definována. V literatuře lze k této oblasti nalézt pouze studie, které ji přibližují z ekonomického hlediska. V této bakalářské práci nejprve předložím teoretickou část, kde představím stávající rozdělení a vysvětlení venkovského turismu v zemi. Dotknou se stavu venkovských oblastí v Severní Makedonii.

V Severní Makedonii neexistuje konkrétní vymezení venkovského cestovního ruchu a jeho charakteristik. Někteří autoři pochybují, že venkovský turismus lze nazvat venkovský (селски туризам), jiní ho ztotožňují s ekoturismem (environmentální turismus) nebo zeleným turismem. Venkovský turismus je navíc označován jako agroturismus a etnický turismus (Методијески, 2012). Jediným zdrojem, který charakterizuje venkovský turismus a jeho rysy v Severní Makedonii, je zákon o zemědělství a rozvoji venkova (Службен В. на Р. М. бр.

49/2010) (Методијески, 2012). Podle tohoto zákona může ve venkovské oblasti žít pouze 30 000 obyvatel. Obydlí ve venkovských oblastech mohou být nepřístupná, nedostatečně rozvinutá a vylidněná (méně než 150 obyvatel). V případě, že několik venkovských komunit navzájem sousedí a společně tvoří jednu zeměpisnou oblast nepřesahující 4 % z celkového území a jsou zároveň rozděleny podle předchozích kategorií, podle zákona jsou prohlášeny za venkovský region (Методијески, 2012). Domnívám se, že dané vysvětlení tohoto zákona o venkovském turismu není dostatečně spolehlivé. Podle těchto výkladů patří řada ubytovacích a stravovacích zařízení do venkovských oblastí. Prakticky by pouze deset větších měst nebylo považováno za venkovské (Методијески, 2012). Metodijeski (2012) se domnívá, že obecné porozumění venkovskému turismu by bylo možné pouze v případě, kdy v literatuře v Severní Makedonii bude popsáno jediné vysvětlení fenoménu a bude odlišeno od sousedních pojmů. Důležitým aspektem, který je třeba pro přesné stanovení, je samotná terminologie venkovského turismu. Stanovisko, že by se tento typ turismu měl pojmenovat venkovský (rurální), by byl prospěšný pro snazší orientaci turistů v rozpoznávání tohoto typu turismu a turistického produktu. Tento termín se používá mezinárodně, a je proto srozumitelný pro širokou škálu světové populace. Podobným způsobem umožní správná formulace služeb zahrnutých v produktu venkovského turismu větší rozvoj. Podrobné vymezení těchto charakteristik usnadní pochopení venkovského turismu z teoretického i praktického hlediska (Методијески, 2012). Kromě skutečnosti, že v literatuře zatím neexistuje žádný výzkum tohoto fenoménu v sociokulturní perspektivě, využívám dostupnou literaturu, která obecně vysvětluje pohled na venkovský turismus v zemi. Tato bakalářská práce s kombinací dostupné literatury a provedeného metodologického výzkumu v tomto ohledu usiluje o přiblížení k požadovanému cíli a kromě ekonomických prvků stanoví i sociokulturní prvky.

Vzhledem k tomu, že venkovský turismus v Severní Makedonii je stále novým odvětvím, zájem o jeho rozvoj se stále zvyšuje. To úzce souvisí s produktem cestovního ruchu, který již v zemi existuje. Věřím, že tento prvek je pro tuto bakalářskou práci nesmírně důležitý. Domácnosti v Severní Makedonii čelí novému jevu, který dosud nebyl řešen. V procesu vývoje venkovského turismu se tamní obyvatelé setkávají s různým pokušením a problémy, na které lze nahlížet ze sociokulturního aspektu. Severní Makedonie je zemí s velkým potenciálem pro rozvoj venkovského turismu. Někteří autoři se domnívají, že pokusy o využití tohoto potenciálu snižují regionální rozdíly, zvyšují příjmy ve venkovských komunitách a snižují nezaměstnanost ve venkovských oblastech (Методијески, 2012). Věřím, že kromě těchto prvků s rozvojem venkovského turismu se samotní hostitelé setkávají s některými sociálními složkami, které pak přispívají ke zvýšení sociálního kapitálu domorodého obyvatelstva. Turisté poznávají jiné zvyky a kultury a odlišné jazyky. Domnívám se, že se v tomto ohledu narůstá sebevědomí a tvoří se

hodnoty, normy a vzorce chování. Tyto pozitivní cíle závisí na tom, jak cílová skupina přijme a vyhodnotí nabídku turistického produktu. Aby se však zajistil větší úspěch, jsou charakterizovány cílové skupiny, kterým budou tyto nabídky určeny. Přesněji řečeno, aby byl produkt venkovského turismu úspěšný, musí být vybrána vhodná cílová skupina, která tento produkt přijme (Методијески, 2012). V praxi je při rozhodování o cestování důležitější subjektivní představa potenciálních turistů o určité destinace než skutečné podmínky v ní (Půtová, 2019). Z tohoto hlediska se turistický produkt v Severní Makedonii zaměřuje na vytváření ekologické popularity venkovských systémů a jejich autenticity a nadále usiluje o světový standard kvality služeb. Vztah mezi hostiteli a hosty je dalším aspektem, u něhož se tamní obyvatelé snaží o větší nárůst. S myšlenkou, že tento typ turismus je stále novým fenoménem, jen malá část domácností dokáže zvládnout potřeby turistických služeb (Методијески, 2012). Dalším aspektem, na který se spoléhá venkovský turismus v Severní Makedonii, je propagace a reklama turistického produktu a jeho značkování. V tomto ohledu mají někteří hostitelé nejistotu kvůli nedostatku objektivních faktů a analýzy poptávky. Hostitelé se často řídí svými zkušenostmi a intuicí (Методијески, 2012).

Po intenzivní urbanizaci v 60. a 70. letech 20. století byly venkovské oblasti Severní Makedonie vážně zanedbány. Problémy s migrací z venkova do měst v zemi existuje dlouho a je aktuální i v současnosti. Největším problémem migračního procesu je, že na venkově zůstávají pouze důchodci, kteří se věnují zemědělství, což je zároveň jejich jediným zdrojem příjmu. To vše kompenzuje skutečnost, že mladá populace obývá města, ale zanechává vážný příliv do věkové struktury populace (Методијески, 2012). Tato realita ovlivnila i rozvoj venkovského turismu. Nízká úroveň vzdělání je dalším důvodem nedostatečného úspěchu v této oblasti. Ve venkovských oblastech má populace obvykle pouze základní a střední vzdělání (Методијески, 2012). Navzdory různým překážkám a problémům má Severní Makedonie k šíření venkovského turismu potenciál. Venkovský turismus se do země stále snaží přilákat zahraniční turisty. Úsilí o překonání těchto překážek se zaměřuje na různé strategie na místní, regionální a státní úrovni. Turistický produkt je zaměřen na cílové skupiny, kde hlavním motivem při výběru turistické destinace je příroda, kultura, řemesla, tradiční kuchyně a různé venkovské aktivity (Методијески, 2012). Domnívám se, že příčinou obtížné situace při definování venkovského turismu v Severní Makedonii je skutečnost, že původní obyvatelé jsou přímo zapojeni do turismu a jejich kultura je ústředním prvkem přitažlivosti. S těmito charakteristikami se identifikuje etnický turismus. „V průběhu etnického turismu dochází ke kontaktu návštěvníka s domorodci, k poznávání jejich tradičních kulturních zvyků, tradic, obyčejů a životního prostředí“ (Půtová, 2019, s. 37). V některých bodech je venkovský turismus a ekoturismus ztotožňován s těmito rysy, a proto jsou si občas velmi blízké.

Dalším prvkem mnoha venkovských komunit jsou obyvatelé měst, kteří mají k dispozici prázdninové domy a vily na venkově. Tyto domy byly většinou využívány o víkendech a svátcích. Jedná se zároveň o druhé bydlení (time shares) na farmách nebo ve venkovských oblastech. Druhé vlastnictví domu může poskytnout významnou ekonomickou výhodu venkovským oblastem, ale zároveň může docházet ke střetu potřeb, a to nejen mezi vlastníky a dlouhodobě pobývajícími rezidenty, ale také v očekávání služeb turisty. Například majitel druhého domu může toužit po klidu, zatímco někteří návštěvníci hledají zábavu a rekreaci (Beeton, 2006 s. 149). V Severní Makedonii sdílí svůj domov mnoho domácností. Motivy, které povzbuzují lidi, aby preferovali tento typ dovolené, jsou podpora rodinné ekonomiky a přitom zábava a vzájemná socializace (Методијески, 2012). Vzhledem k výše uvedenému se venkovský turismus a jeho produkt v Severní Makedonii stále vyvíjejí a konsolidují. Domácnosti mají tradiční venkovský dům a dvůr, které tvoří jádro venkovského turismu v zemi a nabízejí různé venkovské aktivity související s makedonskou tradicí a kulturou. V další části bakalářské práce budu věnovat pozornost regionům, do nichž je venkovský turismus v Makedonii rozdělen. Každý region je rozdělen na dílčí podoblasti, podle kterých se i samotný venkovský turismus chápe a s nimiž se ztotožňuje. Myslím si, že vyjasnění rozdělení regionů, které ukazuje na regionální rozdělení venkovského turismu, bude mít zásadní význam pro jednoduchou orientaci v praktické části (Методијески, 2012).

1.3.1 Regionální rozdělení venkovského turismu

Makedonie je rozdělena do osmi regionů: Skopský (Скопски), Východní (Источен), Pelagonský (Пелагониски), Položský (Полошки), Jihovýchodní (Југоисточен), Jihozápadní (Југозападен), Vardarský (Вардарски) a Severovýchodní (Североисточен). Venkovský turismus je identifikován ve třiceti zónách těchto regionů (Ташков, Димитров, Методијевски, 2013). Pro lepší přesnost a vizuální obraz získaných informací přikládám mapu a tabulku s venkovskými zónami a jejich označením regionů, podle kterých je Severní Makedonie rozdělena.



Мапа 1.3.1 Rozvoj venkova – turistické zóny v regiónoch územného plánování v Makedonii (Ташков, Димитров, Методијевски, 2013)

Skopský	16 Karšijak, Torbešija, Blatija
Východní	11 Maleševija, Pijanec, Zrnkovci-Plačkovica, Osogovija- Ovče Pole, Mangovica
Pelagonský	9 Pelister, Dolna Prespa, Mariovo, Raec-Trojanci, Pelagonija, Demir Hisar, Kruševo.
Položský	9 Mavrovo, Rostuše, Polog
Jihovýchodní	9 Bojmija, Kožuv, Belasica, Mantovo-Serta, Jurukluk
Jihozápadní	13 Debarca, Malesija, Jablanica, Kičevija, Poreče
Vardarský	9 Azot, Tikvešija, Vitačevo, Bošava
Severovýchodní	6 Lipkovo-Kumanovo, Kozjačija

Venkovský turismus v Severní Makedonii, jak jsem už zmínila, se rozvíjí ve 30 venkovských turistických zónách. Počet venkovských zón by však mohl být vyšší, pokud se rozvoj tohoto typu turismu časem zintenzivní. V takovém případě by se v Povardarii, západní a východní části země vytvořily další venkovské turistické regiony, oblasti a zóny. Například v zóně Maleševija, která patří do Východního regionu, budou vytvořeny další podoblasti turistické zóny. Podle tohoto principu by v již zmíněných regionech došlo k rozvětvení i ostatních turistických zón (Ташков, Димитров, Методијевски, 2013). Na tomto schématu lze vidět geografické umístění venkovských obcí, turistických zón a venkovských sídel, které praktikují a mají příležitost pro venkovský turismus. Obecným přístupem k turistickým zónám pro rozvoj venkova je jejich komplexní prostorové rozložení na celém území Severní Makedonie, v kopcovitých, horských a rovinatých oblastech, jakož i určité překrytí jedné nebo více zón v jednom či více prostorových regionech. Například Pelagonský s Jihozápadním regionem nebo Severovýchodní s Východním regionem a podobně (Ташков, Димитров, Методијевски, 2013).

1.3.2 Specifika venkovského turismu

Analýza dostupné literatury naznačuje, že venkovský turismus v Severní Makedonii funguje a probíhá ve dvou fázích. První fáze zahrnuje uvedení domácností do odvětví venkovského turismu. První stupeň v této fázi spočívá v zahájení venkovských aktivit vytvořených jednotlivými hostiteli bez registrace jako společnosti. Venkovské obyvatelstvo proto legitimuje turistickou činnost jako pronájem pokojů a platí státní daň. Druhá fáze souvisí s výběrem organizační formy venkovské domácnosti. V tomto ohledu je zdůrazněno, že venkovské obyvatelstvo je často financováno z vlastních zdrojů, půjček od přátel a příbuzných, získávání kreditů a prostředků z různých projektů.

Dalším objevujícím se zjištěním je pomalý rozvoj venkovského turismu v zemi. K tomu vyvstává problém kvůli nedostatku personálu a finančních zdrojů pro provedení podrobnější analýzy činnosti, dlouhodobého plánování a kvalitního značkování a reklamy. Většina specializovaných služeb nabízených soukromými poradenskými firmami pro většinu hostitelů, kteří vyvíjejí venkovský turismus, často není finančně životaschopná. To vše zvyšuje potřebu národní politiky pro rozvoj venkovského turismu zaměřené na podporu při zahájení podnikání a několik let potom (Методијевски, 2012). Reklama turistického produktu na národní úrovni je nedostatečná a neúčinná a zásadní důvod je opět finanční. Analýza turistických nabídek ukazuje, že produkt propagují jednotlivé domácnosti, kde jsou reklamní činnosti relativně aktivní. Hostitelé rozhodují o obsahu tištěných a distribuovaných reklamních materiálů, účasti ve

specializovaných turistických katalozích, novinových reklamách a internetové propagaci (Методијески, 2012). Podle mého názoru hostitelé v některých případech nedokážou tento problém zvládnout nejlépe. Mnoho venkovských oblastí i domácností pracujících s venkovským turismem často nenabízí dokončené a kompletně sestavené reklamní materiály na internetu, což je dnes nejběžnější a zároveň nejúčinnější propagační systém. Během svého výzkumu jsem narazila na mnoho venkovských domácností, které nabízejí produkt venkovského turismu, a již se objevují na internetu, kde poskytují pouze adresu a osobní kontakt. Podle mého názoru v tomto ohledu chybí doplňující informace, například web nabízející produkty a aktivity venkovského turismu, fotografie a e-maily hostitelů.

Ubytovací zařízení, kde je turistům nabízeno spaní, jsou rozdělena do dvou různých kategorií:

- základní ubytovací zařízení – hotely, motely a turistická střediska;
- komplementární ubytovací zařízení – tradiční domy pro hosty, pokoje k pronájmu, vily, kempy a horské chaty.

Na ubytovací zařízení nezbytná pro rozvoj venkovského turismu v Severní Makedonii se nahlíží z několika směrů. Makedonský venkov má půdu, polohu a architekturu, které nesou výjimečný význam pro rozvoj turismu. Stav, ve kterém se nachází tradiční domy, vnější fasády a interiéry, pořádek, stav dvora a čistota na toaletách, jsou daleko od požadovaného cíle. Špatný stav domů lze vysvětlit nízkým příjmem makedonských domácností, z nichž polovina je v důchodu. Tato konkluze odkazuje na tradiční místa, která mají potenciál rozvíjet venkovský turismus v jeho původní podobě. Samozřejmě existují i takové příklady, kde jsou venkovské domy a dvory po rekonstrukci a nacházejí se v plně funkčním a výborném stavu (Методијески, 2012). Podle oficiálních pravidel pro kategorizaci turistických zařízení ve venkovských oblastech Severní Makedonie se však v posledních několika letech obnovují stávající a budují nová zařízení, přičemž venkovský turismus se stává atraktivnějším pro přilákání turistů, kteří by si chtěli odpočinout od rychlého tempa městského života. Mnoho domácností ve venkovských oblastech je obeznámeno s tímto oficiálním souborem pravidel a snaží se dodržovat jeho kritéria, zatímco tradiční domy a dvory si zachovávají svou původní autenticitu. Makedonský dvůr a dům se identifikují svou specifickou formou. V 90. let 20. století se metody obdělávání půdy v Severní Makedonii lišily od zemědělských zařízení a farem postavených v západní Evropě (Методијески, 2012). Je nepravděpodobné, že k takovým změnám dojde i v budoucnu, protože Makedonci mají sklon ke své kultuře a chtějí uchovat její tradičně autentickou podobu. Potřebují blízkost a silné sociální vazby, které v nich vždy vyvolaly potřebu vidět své přátele v restauraci (кафеана), ve venkovské hospodě (крчма) nebo ve svém domě či na dvoře. V Severní

Makedonii je venkovský turismus typu „American farm“, který se odehrává mimo hranice vesnic, vzácnost. Hlavním prvkem a základem venkova je makedonský turistický produkt, který představuje venkovský dvůr. Kromě myšlenky aktivních zemědělských činností je dvůr atrakcí, na které se mohou turisté podílet (Методијески, 2012). V Makedonii vypadají venkovské osady neobvykle, s tradičními kamennými domy a velkými verandami (чардаци), které se obvykle nacházejí v prvním patře a jsou rozděleny dřevěnými konstrukcemi. Domy jsou obklopeny zelenou přírodou, i když dvory jsou poměrně malé. Různé druhy stromů a barevné květiny povzbuzují turisty k očištění a uklidnění těla i ducha. Část makedonské zahrady se využívá k zemědělské činnosti. Pěstuje se zelenina, ovoce, hrozny a chovají se zvířata. Vzhledem k malé ploše dvora je počet domácích zvířat omezený. Přímo před domem je umístěna druhá část dvora. Základními prvky zde jsou stůl a židle k obědu, které stojí hned vedle vinné révy, a kamenná zahradní kašna. Důležitým prvkem je květinová zahrada, o níž se zpívá v lidových písních jako o skrytém místě, od kterého se dívka během manželství těžce odlučuje. V horských oblastech jsou sociální kontakty, různá setkání, zábava a další aktivity přizpůsobené chladnému podnebí součástí samotného domu (Методијески, 2012). Většina nově vybudovaných turistických zařízení pro turisty, kteří dávají přednost venkovskému turismu, nemůže splnit očekávání turistů ohledně autentického zážitku. Používají napodobeniny kamenů a cihel lepením různých tapet, používají plastové elementy jako součásti nábytku v interiéru a exteriéru a používají imitace dřeva. Tyto prvky mají pouze dekorativní charakter, přičemž ztrácejí svůj symbolický význam (Методијески, 2012). Makedonské dvory a domy jsou především autentické a poctivé, tak aby bylo možné vytvořit pocit pohodlí a potěšení návštěvníkům z pobytu venkovské prostředí. Domy a zahrady v Severní Makedonii jsou považovány za vnitřní výraz makedonského charakteru, který je typický pro dobré lidi s přátelským přístupem vůči ostatním. Právě tyto vlastnosti by hosté měli pocítovat. Každopádně způsobem, jak se němečtí turisté zajímají o španělský temperament v Makedonii, přitahují turisté dovednosti, které mají hostitelé o vytváření přátelské atmosféry (Методијески, 2012).

V další části analýzy jsem získala nové poznatky, které demonstrují, že v Severní Makedonii je rozvoj venkovského turismu v podobě, ve které se odehrává ve venkovských oblastech v Evropě a na jiných kontinentech, nesrovnatelný. Je tomu tak právě kvůli specifické povaze makedonského venkova. V Makedonii je proto obtížné identifikovat agrární turismus, zemědělský turismus, odpočinek na venkově charakteristický pro země západní Evropy a Spojené státy. Velké farmy a pohodlné zahrady, které se nacházejí mimo sídla, jsou v minulosti i dnes vzácností (Методијески, 2012).

Doposud zmíněné informace ukazují, že v Severní Makedonii se navzdory velkým nedostatkům ve všech odvětvích turismu venkovský turismus vyvíjí a existuje ve své autentické

podobě. Turistický produkt je jasně definován a usiluje o zachování tradičních kulturních prvků. V pokračování této bakalářské práce se zaměřím na současnou situaci ve světě, která je způsobena pandemií covidu-19, ale také z hlediska venkovského turismu.

2. Pandemie covidu-19

Jak je dobře známo, různé choroby a vypuknutí pandemie po celém světě ovlivňují různé oblasti sociálních, psychologických a ekonomických změn. Pandemie jsou zjevně součástí společnosti a hrají velkou roli v jejich společenském životě. Zdá se však, že široká veřejnost, průmysl a politici ignorují, nebo v některých případech zapomínají, na některé činnosti zaměřené na řešení tohoto problému (Hall et al., 2020). Epidemie pneumonií neznámého původu byla hlášena v prosinci 2019 v čínském městě Wu-chan v provincii Chu-pej. Analýzy ukázaly, že se jedná o koronavirové onemocnění, které se od té doby rozšířilo do celého světa a způsobilo permanentní pandemii (Ciotti et al., 2020). Účinky koronaviru jsou dalekosáhlé a přesahují rámec obecného zdraví ve společnosti. Tato pandemie má negativní dopady na finanční stav, vzdělání dětí, množství zaměstnání, společenský život a rodinné vztahy. Mnoho lidí přišlo a stále přichází o zaměstnání. Mezi zvláště postižené oblasti patří vzdělávání, výroba, péče o děti a seniory, cestovní ruch, výživa a hygiena (Радуловиќ, Тодорова, 2021).

2.1 Obecný vhlad do mimořádné situace způsobené covidem-19 ve světě

Během kolonialismu a evropeizace Nového světa a dalších koloniálních výbojů si nikdo nemyslel, že by se mohlo přenést mnoho nemocí ze Starého do Nového světa, kde hodně domorodých Američanů, Australanů a Asiatů zemřelo na různé nové nemoci (Hall et al., 2020). Podobně jako v Novém světě byla Evropa po tisíciletí sužována morem a epidemií. Takové epidemie byly transformativní v několika způsobech. Díky své demografické expanzi a účinkům měly zásadní dopad na produkční a kapacitní systémy, kde podněcovaly společnosti k přizpůsobení vnějším změnám (Hall et al., 2020). Termín pandemie nelze obecně definovat, avšak v pandemiích lze identifikovat společné prvky:

- Široká geografická distribuce prostorově nebo globálně;
- Pohyb nebo šíření nemoci přenosem, který lze vysledovat z místa na místo;
- Vysoká míra útoku a vypuknutí, tzn. několik případů nastane v krátkém čase;
- Minimální imunita populace;
- Jsou nové anebo souvisí s novými variantami existujících organismů (Hall et al., 2020).

Současná pandemie covidu-19 je ve většině aspektů společenského života velmi populární. Popularita pandemie překračuje hranice lékařských, biologických a chemických věd, protože tento stav ovlivnil mnoho dalších společenských, geografických, historických i ekonomických

věd. O covidu-19 existuje také mnoho pověstí, předpokladů, příběhů a fám. Kromě různých sociálních problémů veřejného zdraví a hospodářství vedl covid-19 k bezprecedentním rizikům duševního zdraví (Xiong et al., 2020). Obecně je toto téma v současnosti pro každého z nás zásadní. V tomto ohledu bylo ovlivněno také mnoho společností po celém světě, kde byly zahájeny různé strategie pro zjednodušení tohoto problému a ochranu veřejného zdraví. V některých případech existují příklady, kde některé z vlivnějších společností realizují své vlastní národní strategické plány mimo globalizovaný svět diplomacie a obchodu, který si samy stanovily (Hall et al., 2020). V takové situaci se mnozí kritici domnívají, že pandemie covidu-19 představuje příležitost k transformaci a změně ve světě. Pandemie je vnímána jako krize, která má nejen rozsáhlou zdravotní povahu, ale také se předpokládá, že má zásadní dopad na restrukturalizaci globální ekonomiky s důrazem na povahu nacionálního turismu jako hospodářského a sociálního jevu.

2.2 Vhled do mimořádné situace způsobené covidem-19 v Severní Makedonii

V Severní Makedonii, stejně jako v jiných částech světa, má pandemie covidu-19 zásadní ekonomický, sociální, politický a psychologický dopad. Pandemie covidu-19 změnila lidskou mobilitu, sociální kontakty, narušila každodenní život. Kromě těchto změn došlo v Makedonii k zásadním změnám v řešení globální migrace, turismu a pohostinství. Domy se změnily v provizorní kanceláře a přístup k internetu otevřel možnost pro práci na dálku. Školy, restaurace, letiště a meziměstské autobusové linky nebyly v provozu (Танески, 2020). Od prvního dne vyhlášení pandemie věnovala vláda Severní Makedonie covidu-19 velkou pozornost a sledovala situaci s koronavirovou chorobou v souladu s doporučeními vydanými Světovou zdravotnickou organizací (World Health Organization). Dne 18. března vyhlásil prezident Severní Makedonie 30denní stav nouze pro celé území. Tento nouzový stav byl později prodloužen do 22. června 2020. Během nouzového stavu byla v boji proti pandemii přijata mimořádná opatření: uzavírání hranic a letišť, omezení volného pohybu (zákaz vycházení), zejména o víkendech a náboženských svátcích, hygienické protokoly (povinné nošení ochranné masky) (Китевски, Илиев, 2020).

V literatuře je toto téma zastoupeno v různých oborech a zpracováno z různých perspektiv. Severní Makedonie se setkala s mnoha překážkami v překonání a zvládnutí této pandemie. Při zkoumání tohoto tématu jsem narazila na řadu studií, článků v časopisech a v médiích, které upozorňují na mnoho sektorů zasažených koronavirem. Tyto výzkumy zahrnují důležitost psychologické podpory rodičů dětí se speciálními potřebami i psychologické podpory lidí obecně. Objevily se také problémy multietnické povahy, kde při uvedení zákazů volného

pohybu občanů nebyla tato pravidla jednou nebo více etnickými skupinami dodržována. Kromě toho jsem prostřednictvím rozhovorů s různými respondenty získala další údaje a shromáždila informace, které ukazují, že zdravotnictví, a jím nabízené služby, nebylo připraveno se vypořádat se pandemií covidu-19, která zasáhla rychle a tvrdě. Státní nemocnice nebyly dostatečně vybaveny, hygienické podmínky nebyly na požadované úrovni. Soukromý sektor v medicíně neměl dostatečnou kapacitu pro přijímání velkého počtu pacientů. U některých občanů spočíval problém v tom, že neměli dost peněžních prostředků na to, aby si mohli dovolit ošetření od soukromé nemocnice. Lůžka pro nemocné nepokrývala ani třetinu celkové populace a počet nemocných pacientů byl vysoký. Stát navíc neměl dostatek finančních prostředků na poskytnutí vakcín proti tomuto onemocnění a občané se nechali očkovat v sousední zemi – v Republice srbské.

Kromě již zmíněného je globální pandemií covidu-19 silně zasažen sektor služeb. Turismus, doprava a distribuční služby značně utrpěly v důsledku omezené mobility a opatření sociální vzdálenosti. Narušení poskytování služeb má zásadní hospodářský a obchodní dopad. Krize vedla k rozvoji maloobchodu, zdravotnictví, vzdělávání, telekomunikace a audiovizuálních služeb prostřednictvím internetových nabídek. Dodavatelé proto rozšířili své síťové výkony, zatímco zákazníci si osvojili nové návyky, přispívající dlouhodobému přechodu k online službám. Rostoucí využívání síťových služeb během pandemie covidu-19 zdůraznilo rozdíly v technologiích a připojení. Online kurzy pro studenty bez počítačů nebyly možné a telekomunikace nebyla volbou pro zaměstnance bez širokopásmového připojení (Кацарски, Панова, Свртинов, 2020).

Hlavním prvkem, který motivuje lidi k mobilitě, je cestování. Na rozdíl od jakékoli jiné krizové události v posledních několika desetiletích má covid-19 extrémně negativní dopad na turismus (Китевски, Илиев, 2020). Důvod, proč tomu tak je, spočívá v globalizaci a globálních změnách, jejichž podstata je cestování a turismus (Hall et al., 2020). Se zvýšeným rizikem pandemie je spojeno několik procesů. Více než polovina celkové populace nyní žije v městských oblastech, a proto vyšší koncentrace lidí zvyšuje riziko šíření nemocí kontaktem a blízkostí. Kromě toho jsou tato místa mnohem více propojena prostřednictvím dopravního průmyslu, zejména letecké, silniční, železniční a vodní dopravy. V takovém případě mohou cestující cestovat z jedné strany světa na druhou za jeden den, kvůli tomu se ale snadno šíří i nemoci (Hall et al., 2020). Například covid-19 ovlivňuje řadu různých hostitelů zvířat. Oblasti s vysokým rizikem šíření infekčních nemocí jsou místa, kde se tyto zvyky prolínají vůči náklonosti socioekonomických podmínek. Přítomnost rezervací volně žijících živočichů, zemědělství, které zvyšuje kontakt mezi živočichy a hospodářskými zvířaty, a kulturní postupy, které zvyšují kontakt mezi lidmi, volně žijícími živočichy a hospodářskými zvířaty (Hall et al., 2020).

Přestože cestování a turismus jsou klíčové v přenosu nemocí, pandemie mají na turismus zásadní vliv vzhledem k roli intervencí mimo farmaceutické disciplíny, jako je karanténa a hraniční kontrola. V literatuře však existuje málo údajů o pandemiích a turismu a jejich dlouhodobých důsledcích (Hall et al., 2020). Ekonomický a sociální význam turismu se v celosvětovém měřítku dramaticky liší a Severní Makedonie není výjimkou. Po mnoha letech statického růstu počtu turistů a nocování je v roce 2020 důsledkem krize covidu-19 v Severní Makedonii identifikován doposud nejnižší počet turistů (Китевски, Илиев, 2020). V procesu krizového řízení v Severní Makedonii čelí různým hospodářským a zdravotním překážkám. Někteří autoři tvrdí, že časový rámec pro vyřešení krize covidu-19 má dvě fáze. Ve druhé fázi dochází k postupné flexibilitě, kdy se život pomalu vrací do normálu, nebo alespoň k novému pojetí normality. Intervence k povzbuzení domácího turismu získaly také pružnější přístup (Китевски, Илиев, 2020). Podle analýzy různých statistik, které jsem provedla v oblasti rozvoje turismu, nejnižší počet návštěvnosti turistů zaznamenala Severní Makedonie v roce 2001. Evidováno bylo pouze 333 308 návštěvníků a 1 254 582 přenocování. Ve srovnání s rokem 1987, který je považován za nejúspěšnější rok z hlediska rozvoje turismu, poklesl počet návštěvníků 3,5× a přenocování 3,2×. Konkrétně rok 2001, který je v zemi charakterizován jako rok ozbrojeného konfliktu, je důkazem toho, že růstu turismu v Severní Makedonii často brání nevyrovnanost v událostech, jako je politická, ekonomická nebo zdravotní krize. Statistiky dále ukazují, že v roce 2018 byl v historii Makedonie od doby její samostatnosti evidován největší počet zahraničních turistů a jejich přenocování se 707 345 zahraničními turisty a 1 491 535 přenocováními, což je 5,8× více než počet zahraničních turistů a 5,4× více než počet přenocování zaznamenaných v roce 2002. Ve vztahu k turistickému trhu zahraničních turistů jsou nejdůležitější turisté z Turecka s 166 620 přenocováními a turisté z Nizozemska se 136 663 přenocováními a také turisté z Polska, Srbska, Bulharska, Řecka a Německa (Китевски, Илиев, 2020). Z hlediska krize v Severní Makedonii došlo k mnoha vlivným změnám. Jako klíčový postup při podpoře turismu vydávala vláda Severní Makedonie občanům platební karty s cílem podpořit vyšší spotřebu a rozvoj domácích socioekonomických aktivit, stejně jako kampaň „doma je doma“ (дома си е дома) s cílem podpořit potenciál domácího turismu (Китевски, Илиев, 2020). V oblasti podpory turismu a turistického produktu občané kromě platebních karet obdrželi také turistické poukázky. Turistické poukazy bylo možné používat v domácích turistických zařízeních, zatímco platební karty bylo možné používat ve všech stravovacích zařízeních v zemi (Китевски, Илиев, 2020). Z toho všeho vyplývá, že turismus je nejvíce zasažen globální krizí. Severní Makedonie zaznamenala nejnižší počet zahraničních turistů, což je ještě horší počet než ten z doby ozbrojeného konfliktu v roce 2001. Vzhledem k tomu, že turismus v Severní Makedonii je typický pro krátké letní období, lze v souvislosti s tím učinit několik shrnutí (Китевски, Илиев, 2020).

- Domáci turisté

Červen 2019	Červen 2020	Červenec 2019	Červenec 2020
30 022	3 347	74 196	70 600

- Zahraniční turisté

Červen 2019	Červen 2020	Červenec 2019	Červenec 2020
89 312	1 863	97 666	4 991

Tabulka 2.2 Celkový počet domácích a zahraničních turistů (Китевски, Илиев, 2020)

Z analýzy těchto statistik z hlediska turistických návštěv v zemi je zřejmé, že v období, kdy je turismus v Makedonii nejrozšířenější, došlo k výraznému poklesu domácích i zahraničních turistů. Je třeba poznamenat, že po většinu června byla země ve stavu nouze. Ale všeobecně podle těchto statistik byl domácí turismus během podmínek globální pandemie překvapivě úspěšný (Китевски, Илиев, 2020).

- Domáci turisté

Červen 2019	Červen 2020	Červenec 2019	Červenec 2020
78 559	7 805	449 291	420 847

- Zahraniční turisté

Červen 2019	Červen 2020	Červenec 2019	Červenec 2020
186 262	6 374	233 563	15 333

Tabulka 2.2 Celkový počet přenocování (Китевски, Илиев, 2020)

Analýza komparativních statistických studií z hlediska přenocování turistů naznačuje podobný výsledek. Oživení turismu z hlediska počtu a přenocování domácích turistů lze přičíst vládní kampani, která k této výhodě přispěla vydáváním poukazů a platebních karet. Ačkoli téměř identická stanovení mohou být výsledkem realizace turistické touhy cestovat do zahraničí (Китевски, Илиев, 2020). Z toho lze vyvodit, že turismus ve skutečnosti v Severní Makedonii trpí omezujícími opatřeními pro volný pohyb, nikoli globální krizí zdraví a určitým strachem z nemocí. Nevýhodou opatření je opětovné povzbuzení sezónního vrcholu a typů turismu. Je pochopitelné, že většina uživatelů využije poukazy na samém vrcholu turistické sezóny a v tradičně nejnavštěvovanějších turistických střediscích v Makedonii, kde pak venkovský turismus zůstává stranou (Китевски, Илиев, 2020).

2.2.1 Terénní výzkum

Před provedením terénního výzkumu ukazujícího fyzickou přítomnost se výzkum nejprve opírá o informace získané na internetu. Zpočátku byl kladen důraz na konkretizace výzkumných aktivit prostřednictvím internetu a získání jasného obrazu o tom, na co se bude terénní výzkum nejvíce zaměřovat. Bylo uspořádáno několik telefonních rozhovorů, ke kontaktu došlo také přes sociální síť, jako je Facebook, Instagram, a prostřednictvím e-mailu. Proces nebyl příliš úspěšný, protože na můj pokus o vzájemný kontakt odpověděl jen malý počet respondentů.

Terénní výzkum byl proveden v Severní Makedonii v několika destinacích, které jsou charakteristické venkovským turismem. Metody použité při výzkumu mají kvalitativní a kvantitativní povahu, informace jsou shromažďovány pomocí několika technik, včetně polostrukturovaných rozhovorů, neúčastněného pozorování a poskytování vizuálního materiálu. Účelem tohoto výzkumu je nejprve analyzovat postoje a zájmy hostitelů a jejich zapojení do turismu a zjistit, zda má pandemie covidu-19 významný dopad na tyto prvky.

Rozhovory byly předem domluveny telefonicky nebo online. Respondenti byli vybráni metodou náhodného výběru, s předchozím internetovým průzkumem, seznámením prostřednictvím brožur a propagačních materiálů, knih a článků v souvisejících novinách, prostřednictvím map a doporučení od přátel. Dotazováno bylo deset respondentů, z toho pouze dvě ženy. Bakalářská práce je také založena na přímém pozorování hostitelů a hostů a obsahuje také vizuální dokumentace.

2.2.2 Vliv a důsledky covidu-19 na venkovský turismus

Doposud nebyly evidovány žádné údaje o dopadu covidu-19 na venkovský turismus. Na základě zkoumání různých statistik provedených v zemi jsem došla k závěru, že stávající statistiky turismu a stravování ukazují, jakým způsobem jsou covidem-19 ovlivněny pouze určité typy turismu, které jsou pak v bezprostřední blízkosti masového turismu. Jelikož účelem této bakalářské práce je zjistit odpověď na otázku, jak onemocnění covid-19 ovlivňuje venkovský turismus v Severní Makedonii, při nedostatku podrobnějších informací v literatuře budou výsledky založeny na mém vlastním výzkumu.

Podle údajů získaných od respondentů, se kterými jsme se dohodli na vzájemné spolupráci, jsem dospěla k závěru, že v Severní Makedonii je počet cestovních agentur zaměřujících se na venkovský turismus velmi malý. Výhradní nabídka, kterou poskytují cestovní kanceláře turistům, je produkt venkovského turismu, kde jsou jezera. V důsledku onemocnění covidem-19 se míra návštěvnosti domácích i zahraničních turistů v těchto cestovních kancelářích

snížila na polovinu. Mnoho takových turistických kanceláří je dočasně zavřených nebo zaniklých. Zaměstnanci v těchto kancelářích byli nuceni hledat si zaměstnání jinde, často v oblastech, které nezahrnovaly turistické činnosti. V této situaci je zjevná nespokojenost lidí, kteří pracovali v těchto turistických kancelářích a byli v neustálém kontaktu s dalšími lidmi, zatímco nyní pracují v jiných odvětvích, která kontakt s lidmi nezahrnují. Prostřednictvím kontaktu, který byl navázán přes sociální sítě, se také ukázalo, že venkovský turismus v Severní Makedonii probíhá výhradně na místní úrovni, kde se samotní hostitelé snaží pracovat s vývojem tohoto typu turismu a turistického produktu.

Ve venkovských oblastech, které nabízejí produkt venkovského turismu, je patrné, že v důsledku krize se počet návštěvníků snížil odhadem na polovinu počtu návštěv před příchodem covidu-19. Další změny způsobené pandemií onemocnění covidem-19 lze vidět u typu hostů navštěvujících venkovské destinace. V tomto ohledu se vynořují domácí turisté, je snížen počet zahraničních turistů a v některých případech není vůbec zaznamenána jejich návštěvnost, ačkoli tomu tak nebylo až do vypuknutí pandemie.

3. Venkovský turismus v období před a v průběhu globální pandemie covidu-19

3.1 Postoje a zájmy hostitelů a jejich zapojení do turismu před začátkem globální pandemie až po současný stav

Během přítomnosti ve venkovských oblastech Severní Makedonie a podle rozhovorů vedených po telefonu, zejména s hostiteli, byly zaznamenány různé postoje a zájmy související s aktivitami ve venkovské turistice. Hlavním postřehem je, že hostitelé mají tendence uspokojovat potřeby turistů. Tento prvek je většinou zdůrazněn prostřednictvím práce hostitelů na zlepšení turistického produktu a jeho atraktivity. Většina hostitelů, kteří působí přímo nebo nepřímo ve venkovského turismu v zemi, nejprve přišla do styku s různými kulturami, nespecifickými pro jejich domovskou kulturu. To znamená, že někteří z nich již dlouho žili v jiných zemích, obklopeni jinými prostředím, hodnotami a praktikami neobvyklými pro jejich kulturu. Jejich pobyt v jiných kulturních prostorech mnohým nevyhovoval. Důvody lze najít v různých aspektech společenského života, které vzbudily u těchto hostitelů nespokojenost. Ať už z ekonomického důvodu, kdy neměli dostatečný finanční příjem, nebo ze sociokulturního důvodu, kdy jim nevyhovovaly kulturní zvyky, jako je například strava, nebo z environmentálního důvodu, kdy klimatické podmínky ovlivňovaly jejich zdraví. Tito místní hostitelé se vrátili do původního místa pobytu. Díky tomu se u hostitelů objevují postoje, které souvisejí s motivačními, kognitivními a emocionálními procesy vůči prostředí, ve kterém se dříve nacházeli. Ztotožňují se s přírodou a s myšlenkou, že domov je tím nejúžasnějším místem k životu, kde existuje příležitost pro zdravý a prosperující život. Jejich názor na tuto problematiku spočívá v tom, že přínosy pro zemi jsou nízké vzhledem k tomu, že lidé a jejich intelekt migrují do jiných evropských zemí, místo aby se tyto potenciály zaměřily pro zlepšení své vlastní společnosti. Po svém návratu proto hostitelé tvrdě pracují na propagaci makedonského turistického produktu ve venkovských oblastech a na zachování jeho tradičních kulturních prvků. Všichni Makedonci jsou obecně hrdí na svou kulturu a historii. Tento okamžik je pocíťován také ve venkovského turismu. Hostitelé s potěšením představují bohatou národní pokladnici makedonského kulturního dědictví. To lze vidět podle způsobu chování a uspořádání tradičních domů s různými kroji a způsobu, jakým připravují jídlo a pití. Hostitelé se však snaží poskytnout turistům přímý přístup k těmto aktivitám. Hostitelé snažící se uspokojit potřeby turistů doufají, že budou mít pozitivní zpětnou vazbu v zájmu, ekonomického posílení domácnosti a sociokulturních prvků ve venkovské komunitě. Hypotéza v návaznosti na tyto informace je, že bude značný rozdíl v tom, jak pandemie ovlivnila venkovský turismus, a tím i aktéry, kteří na takovou situaci a takové náhlé změny nebyli předem připraveni. S hypotézou souvisí i data ze získaných materiálů – důsledkem pandemie proběhly u hostitelů v okruhu jejich rodin velké změny ve fungování každodenního

života jak z ekonomického aspektu, tak i ze sociokulturního hlediska. Jejich zisky klesly velmi rychle, přičemž hostitelé žijí z venkovského turismu. Postupně bylo připravováno značné množství bezpečnostních opatření proti šíření koronaviru. Navzdory všem bezpečnostním opatřením se počet návštěvníků nezvýšil. Další změnou, která byla důsledkem krize, je změna typu turistů. Místo zahraničních turistů začali přicházet lokální hosté. Hostitelům to z ekonomického hlediska nepomohlo, protože Makedonci nejsou na stejné finanční úrovni jako lidé ze zahraničí. Poslední aspekt, který vyplývá z důsledků krize, je to, že se hostitelé cítí velmi osaměle, potřebují sociální vztahy, které měli se svými hosty, potřebují dobrou náladu, hudbu a zábavu, kterou pořád zažívali spolu s ostatními lidmi.

3.2 Vztah mezi hostiteli a turisty

Interakce mezi hostiteli a hosty zahrnují vztahy mezi členy různých kultur, které fungují podle různých norem a představ a mají různé návyky. Tyto interakce se vyskytují v každé formě cestovního ruchu obecně. Vzhledem k tomu, že čím větší bude etnická a kulturní vzdálenost mezi hostiteli a turisty, tím existuje větší možnost zmatku a nedorozumění, s nimiž se obě skupiny pravděpodobně setkají, i když je nepravděpodobné, že budou jednat (Půtová, 2018, s. 72). „V některých případech mohou hosté ovlivnit mezilidské vztahy a sociální organizace, sociální stratifikace společnosti, dělbu práce, rytmus společenského života a kulturní návyky. Tyto změny ovlivňují širší kulturní, sociální, politické, ekonomické a environmentální procesy, které jsou typické pro hosty a hostitele“ (Půtová, 2018, s. 73). Sociokulturní dopady turismu na hostitelskou kulturu jsou často vnímány jako pozitivní, protože mohou vést k obnově tradice, ale mohou být i negativní, například proměna místní kultury nebo deviantní chování turistů (Půtová, 2018, s. 73). Analýza shromážděných materiálů vede k závěru, že v tomto aspektu byly před koronavirovou krizí pozorovány různé změny, které jsou patrné dodnes. Před krizí byly vztahy mezi hosty a hostiteli bližší, přátelské, se vzájemným respektem a vzájemnou výměnou různých kulturních návyků a bližším kontaktem. Tyto vztahy se nejčastěji vytvářejí při přípravě jídla a společných aktivitách. Zatímco po vypuknutí krize existuje mezi oběma skupinami větší vzdálenost bez fyzického kontaktu. Lidé nosí ochranné masky, které je svým způsobem odcizují a dostávají do situace, kdy se od sebe navzájem izolují. Další analýza shromážděných materiálů ukazuje na skutečnost, že etnocentrický přístup, který je rovněž specifický a klasifikovaný jako negativní jev v turismu, je ve venkovském turismu v Severní Makedonii pozorován jen zřídka. Další změnou po vypuknutí covidu-19 je možnost oživení anebo obnovení tradic ve venkovských oblastech, které v současné době stagnují kvůli nedostatku turistů mířících do těchto venkovských oblastí.

3.3 Dopady venkovského turismu na hostitele a turisty před začátkem globální pandemie až po současný stav

Výzkum se nejprve soustředí na data získaná na venkově, ve městě Bitoly. Rodinné podniky v oblasti venkovského turismu se nacházejí ve venkovském společenství Dihovo. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří Dihovo do Pelagonského regionu v Pelagonii. Tam můžeme vidět tradičně vyzdobené domy – „Villa Dihovo“, „Villa Ilinden“, „Villa Patrice“ a „Villa Kolevski“. Jsou to přátelské rodinné penziony, které nabízí domácí tradiční jídlo a pití a také spoustu outdoorových aktivit pro ty, kteří chtějí prozkoumat zalesněné hory, jezera a řeku přístupné přímo z vesnice. Zajímavá informace, která vyplývá z pobytu tam, je, že hosté pobývající ve Ville Dihovo nic neplatí předem (kromě domácích alkoholických nápojů). Celý koncept je založen na pohostinství, a peníze, které hostitelé dostanou, závisí na tom, jak byli návštěvníci spokojeni s pobytem a službami. Služby, které nabízí hostitelé, se mi zdály velice lákavé. Kromě konceptu „zaplat, kolik chceš“ Villa Dihovo nabízí také „Slow food concept“ – systém založený na zásadách vysoké kvality a chuti, udržitelnosti životního prostředí a sociální spravedlnosti. Outdoorové aktivity, které nabízí venkovský turismus v Dihovo, jsou horolezectví, organizované procházky v okolí, prohlídky okolních vesnic horskými motorovými vozidly a také návštěva včelína, kde jsou připraveny speciální obleky. Všechny služby a různé aktivity, které rodinný podnik nabízí, jsou založeny na sociální blízkosti, kterou hostitelé v těchto tradičních domcích se svými hosty mají, a během pobytu se přátelský vztah každého z přítomných s ostatními dostává vyšší úroveň.

Analýza shromážděných dat na základě pozorování prostředí a provádění polostrukturovaných rozhovorů ve venkovských oblastech dále ukazuje, že chování hostitelů je velmi pohostinné. Pohostinnost se v mnoha případech ukázala být založena na principu „vítejte tak, jak chcete být přivítáni“, který naznačuje, že hosté jsou vítáni stejně, jako by chtěli být přivítáni hostitelé, kdyby byli v roli turistů. Před příchodem koronaviru byly pozorovány další aktivity hostitelů. Několik hostitelů venkovských domů kontaktovalo zahraniční nevládní organizace a média. Hostitelům se podařilo získat pomoc – bylo podpořeno několik terénních aktivit na vyčištění místního prostředí, kde se pracovalo přes den, a ve večerních časech byly pořádány pohostinné večírky. Hostitelé z Dihovo hrdě vyprávěli, jak lidé poté, co opustili místa svého ubytování, pokračovali ve společných cestách, i když v některých případech se tito lidé dříve neznali. Naopak po vypuknutí pandemie se situace v Dihovo dramaticky změnila. Zahraniční hosté, kteří dříve navštěvovali Dihovo, nyní do Makedonie nejezdí. Výsledky terénního výzkumu v Dihovu ukazují, že před příchodem covidu-19 hosté pocházeli z různých

států světa, byli mezi nimi i hosté z České republiky. V současnosti se ale počet návštěvníků náhle snížil. Stále platí, že do Dihova přijíždějí pouze místní hosté nebo turisté ze sousedních balkánských zemí.

Terénní výzkum je dále zaměřen na venkovská území v blízkosti hlavního města Skopje. Část z dostupných informací je založena na shromážděných materiálech z venkovské oblasti Dolna Matka. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří Dolna Matka do Skopského regionu. V bezprostřední blízkosti Dolné Matky je kaňon Matka, který je známý svými ekoturistickými aktivitami a je velmi atraktivní turistickou destinací. Navzdory tomu v Dolné Matce existují venkovské domy, které jsou charakteristické pro venkovský turismus. Můžeme tam vidět autentické domy, které nabízejí ubytování a snídani. Všechny domy jsou postaveny z kamene a dřeva. Tradiční domy se nacházejí na úpatí hor Matka a kaňonu Matka. Z teras je nádherný výhled na horský masiv. V Dolné Matce byla v počáteční fázi šíření covidu-19 uzavřena všechna ubytovací zařízení. V návaznosti na tuto informaci se domnívám, že bude značný rozdíl v tom, jak pandemie ovlivnila venkovský turismus v Dolné Matce a místní hostitele, kteří nebyli na takovou situaci a tak náhlou změnu připraveni. S hypotézou souvisí i data ze získaných materiálů v Dolné Matce, že v důsledku pandemie se hostitelům zásadně změnilo fungování každodenního života, a to jak z ekonomického hlediska, tak ze sociálního úhlu pohledu. Tyto změny však neměly pouze negativní dopad. Někteří z hostitelů během krize navázali přátelské vztahy s ostatními hostiteli v bezprostřední blízkosti, což se před pandemií nedělo. Vzájemně se navštěvovali a domlouvali, jak zlepšit turistickou nabídku a zvýšit počet návštěvníků. Hledali různé možnosti a společná řešení, jak zajistit bezpečný pobyt pro hosty bez následků onemocnění. Zde platí známé úsloví, že těžké časy spojují lid navzájem. Shromážděné materiály dále naznačují velmi zajímavý aspekt, kdy jeden z hostitelů těchto domů je cizinec. Přijel se svou manželkou pracovat do Severní Makedonie, aby zlepšil svou ekonomickou situaci a prostřednictvím cestovního ruchu pomohl v boji proti nezaměstnanosti v zemi. Jeho myšlenkou bylo vytvořit malou rodinnou firmu, kde by alespoň někomu umožnil zaměstnání tohoto druhu. Navzdory skutečnosti, že v rodinném podnikání došlo k pádu v ekonomiky, během covidu-19 zažil několik nezapomenutelných okamžiků, kdy se s manželkou spojili s lokálními hosty, kteří s nimi pobývali dva měsíce. Tito hostitelé, původem z Anglie, sdíleli svůj domov s lokálními hosty z Makedonie a stali se velkými přáteli. V tomto ohledu je zajímavé, že právě hostitelé pocházejí ze zahraničí a mají jiné kulturní zvyky než místní, a hosty jsou ti, kteří pocházejí z domácího kulturního prostředí. Našli ale společnou řeč a dodnes se vzájemně navštěvují. V blízkosti Dolné Matky a kaňonu Matka jsou v rozmanitosti hostů z pohledu jejich původu zaznamenány další změny, které se objevují s rozšířením covidu-19. Před krizí v této venkovské oblasti byli zaznamenáni hlavně hosté z mnoha různých evropských zemí. Většinu tvořili turisté

z Polska, Kypru, Ruska a Anglie. Zatímco nyní návštěvníci nejčastěji pocházejí z Balkánu. Dále jsem pozorováním vztahu mezi hostiteli a hosty zaznamenala, že spolu nemají vůbec žádný formální vztah, ve skutečnosti jsou uvolnění do té míry, že hosté zvou hostitele, aby k nim příště přijeli. Tyto malé rodinné firmy v době krize hledaly podporu u státních orgánů, aby mohly obstát, protože venkovský turismus je jejich jediným zdrojem obživy. Z toho lze vyvodit, že těmto domácnostem v Dolné Matce se s finanční podporou, kterou získaly od státních orgánů, a s malým počtem návštěv jejich tradičních domů nakonec podařilo zachránit své podnikání.

Tato diplomová práce vychází také z výzkumu cestovních kanceláří, které nabízely venkovský turismus v zemi. Podle údajů získaných od těchto cestovních kanceláří byla nejoblíbenější turistickou lokalitou, kde se pořádají výlety, venkovská oblast města Ohrid. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří Ohrid do Jihozápadního regionu. Nejčastějšími turisty tohoto typu organizovaných výletů do venkovských destinací před covidem-19 byli turisté z Turecka. Mnoho cestovních kanceláří je nyní zavřeno a již neexistují.

V oblasti výzkumné činnosti ve Skopském regionu je zahrnuta i následující venkovská lokalita – Kučkovo. Kučkovo je součástí obce Gjorče Petrov. Tam je k dispozici několik ubytovacích zařízení vyzdobených tradičním způsobem. Nejvýraznější změnu v této oblasti lze spatřit na akcích hostitelů a rozhodnutích, která učinili během krize. V jedné z těchto vil se hostitel rozhodl prodat svůj dům jinému majiteli. Druhý majitel dům koupil v podobě jako předtím. Dojem druhého vlastníka, který tam v současné době (během koronavirové krize) působí, je ten, že z ekonomického hlediska zažil venkovský turismus dramatické změny, ale přesto se s otevřením státních hranic situace vrátila do normálu. Zajímavá data z Kučkovu poskytl pobyt turistů ze Švédska. Tato informace je působivá, protože turisté ze Švédska jezdí do Makedonie jen zřídka. Můj dojem z pobytu v Kučkovu je, že turistická nabídka a turistický produkt nejsou zcela autentické navzdory opačnému tvrzení hostitelů.

V Makedonii je populární rčení, že Ohrid je perlou země a Galičnik je jeho diamant. Galičnik je jednou z nejznámějších vesnic v Makedonii. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří do Položského regionu. Je to místo, které se vyznačuje prvotní mocí. Oblast oplývá krásou, mýtickou silou, moudrostí, důstojností a vyrovnaností. Galičnik je krásný ve všech ročních obdobích a fascinuje návštěvníky autentickou architekturou, bohatým kulturním dědictvím a úchvatnou krajinou. Galičnik je považován za jednu z nejkrásnějších a nejatraktivnějších částí Makedonie a Balkánu. Na počátku 20. století měl asi 3 000 obyvatel a dnes je téměř vysídlen. V létě, zejména během slavných událostí, jako je např. Galička svatba, přichází do vesnice množství turistů, někteří z tohoto regionu, jiní z celé Makedonie, ale také mnoho zahraničních turistů. V Galičniku je k dispozici Vila Neda, která byla postavena v roce 1980 v tradičním stylu. V jejich kuchyni lze ochutnat nejrůznější místní speciality. V Galičniku

je několik fontán, jsou zde kostely a národní muzea, galičnické speciality jsou ovčí sýr, ovčí kyselé mléko, pečené jehněčí a mnoho dalších jídel, která jsou opravdu autentická. Galičnik má bohaté kulturní dědictví, například lyrické písně o vlastenectví a migraci. Galička svatba je nejslavnější akcí v Galičniku, koná se každoročně od roku 1963, na den svatého Petra (druhý červencový týden). Na rozdíl od dřívějších dob, kdy se na svatého Petra v Galičniku uzavíralo více než 40 sňatků, má dnes svatba větší kulturní význam a je především kulturním projevem. Galičky svatby se účastní páry původem z Galičniku (nebo alespoň jeden z páru pochází z Galičniku). Na svatbě se dodržuje celá řada lidových zvyků a probíhá v několika etapách. Nejprve se čeká na bubny, pak tchyně tančí kolem bubnů, poté je nevěsta přivedena k vodě, vyvěsí se svatební vlajka, obřad pokračuje vyzýváním mrtvých, pak se ženich oholí uprostřed vesnice, vyzvedne nevěstu v jejím rodném domě a samotná svatba se koná v kostele svatého Petra a Pavla. Když svatebčané začnou bít na bubny a hrát na trubky, je zvykem, že se mladí lidé navzájem chytí za ramena a tančí. Turisté pozorující svatbu v Galičniku mohou také vidět lidové kroje charakteristické pro tuto oblast. Další charakteristickou aktivitou, která se v Galičniku tradičně realizuje, je jízda na koni. Je to zvláštní atrakce pro návštěvníky. Pro zkušené jezdce jsou koně osedlaní. Dobrodružství začíná už ve stáji, která je soustředěna na začátku vesnice, a návštěvníci jsou odvedeni do kostela svaté Petky. Tento příklad vypovídá o venkovském turismu, kde se hosté mohou přímo účastnit svatebního rituálu, který se koná ve své původní podobě. Turistickým produktem je vlastně samotná vesnice, kde se v tento den dávná nahlédnout do toho, jak se v minulosti udržovaly zvyky a tradice svateb, zejména v této etnografické skupině. Data ukazují, že důsledkem covidu-19 se Galička svatba v roce 2020 nekonala, ačkoli letos byla tato slavnostní událost znovu uspořádána. V tomto roce ale není přítomnost zahraničních turistů zaznamenána.

Další venkovskou oblastí, na které jsou data v této bakalářské práci založena, je Carev Dvor. Carev Dvor se nachází v bezprostřední blízkosti oblasti Gorna Prespa. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří Gorna Prespa do Pelagonského regionu. Hlavní zdroje příjmu obyvatel Prespy zajišťuje zemědělství. Nejzastoupenější je pěstování a prodej jablek. Existuje ale obrovský potenciál rozvoje a propagace agroturismu, který posílí místní ekonomiku, ovlivní rozvoj venkovského prostředí, poskytne dodatečné příjmy obyvatelstvu a otevře příležitosti pro větší regionální spolupráci. V obci Carev Dvor je k dispozici ovocná farma „Spirit of Prespa“. Jedná se o rodinnou farmu, která funguje již více než 60 let. Touha propagovat region přispěla k vytvoření značky „Spirit of Prespa“. Zahrada má pět hektarů půdy, kde se hosté mohou seznámit s procesem pěstování jablek a třešní, vyzkoušet tradiční jídlo připravené spolkem „Venkovské ženy z Prespy“ a nakoupit výrobky z jejich domácího obchodu, který je zásoben produkty z několika domácností z Prespy. Farma je orientována na agroturismus. Zajímavým

faktem ze získaných dat je princip „Pick-your-own-fruit“, kde mají hosté možnost sbírat ovoce spolu s hostiteli. Začíná se sběrem třešní v červnu, poté švestek v srpnu a končí sběrem jablek, který se koná v září a říjnu. V roce 2019 začala tato farma spolupracovat s několika cestovními kancelářemi. Tato spolupráce přispěla k větší návštěvnosti, s níž hostitelé obdrželi vynikající doporučení, což přispělo k ještě většímu počtu turistů. Na této farmě jsou specifickou skupinou návštěvníků převážně zahraniční turisté. Koncept této turistické nabídky je přizpůsoben tak, aby hosté měli možnost navštívit Prespu, být na jeden den farmáři a vyzkoušet tradiční jídlo a nápoje. Hostitelé se domnívají, že tímto způsobem přilákají větší množství turistů na farmu i v Prespě, což posílí hospodářství ve venkovském společenství. V Prespě existují podmínky pro rozvoj tohoto druhu turismu, jsou třeba investice do venkovských domácností a vytvoření atraktivní turistické nabídky přizpůsobené tak, aby odpovídala požadavkům turistů. Hostům se nejvíce líbí účast při přípravě jídla. Rádi jsou součástí tohoto procesu a obdivují hostitele za tvrdou práci, kterou vynaložili na dosažení autentického zážitku. Během krize se bohužel pracovní zátěž snížila, trvala od několika měsíců do roku. Hostitelé však tento okamžik využili k ještě větší organizaci a implementaci nových nápadů na vylepšení turistického produktu. Měli spoustu volného času a navzdory výše uvedeným aktivitám začali praktikovat sběr bylinek a připravovat recepty na čaj.

Analýza posbíraných materiálů ukazuje, že v domácnostech v oblastech venkovského turismu jsou většinou zastoupeni muži. Starají se o komunikaci s hosty, o realizaci různých aktivit a o úpravu venkovských zahrad a teras. Velký podíl údajů získaných z výzkumu ukazuje, že role žen je nejčastěji spojena s přípravou jídla a dalšími aktivitami v kuchyni. Ale v případě venkovského a agrárního turismu v Prespě jsou hlavními iniciátory šíření tohoto druhu turismu místní ženy.

Výzkum se dále opírá o data získaná prostřednictvím zúčastněného pozorování a rozhovoru ve venkovském prostředí Dolna Rudina. Dolna Rudina se nachází poblíž jezera Kozjak. Podle regionálního rozdělení turistických zón patří Dolna Rudina do Skopského regionu. K dispozici je tradiční dům, kde je kromě přenocování v turistické nabídce zastoupena ochutnávka domácího medu. Hostitelé se zabývají jeho výrobou. Kromě tradičního domku hostitelé v uplynulých čtyřech letech rozšířili za účelem zlepšení turistického produktu svůj majetek se dvěma API komorami. V turistické nabídce mají návštěvníci možnost projít se okolní přírodou a užít si čerstvý vzduch. Dále hostitelé rozšířením majetku poskytli hostům příležitost nadechnout se včelího vzduchu zavedením konceptu „Air therapy“. Jedná se o vzduchovou terapii, která je úspěšná při léčbě mnoha respiračních chorob. Pohybem a prací v úlu včely vytvářejí z květového nektaru a vosku aerosol obsahující esenciální oleje, propolis, med a vosk, mateří kašičku, fermentovaný pyl (včelí perga), aromatické látky a fytoncidy, které se z úlu

odpařují a dezinfikují vzduch až 200 metrů daleko. API komora je pevné zařízení, ve kterém jsou umístěny dřevěné úly, z nichž je vdechován vzduch. Budova je vyrobena z přírodního materiálu, chráněna ekologickým nátěrem. Vdechování vzduchu je přímo z úlu, včely se nemohou dostat dovnitř komory, létají ven svými dveřmi, a tak fungují normálně. Vdechování vzduchu z úlů stimuluje dýchací orgány, gastrointestinální trakt a kardiovaskulární a nervový systém. Zlepšuje funkci plic a posiluje imunitu. Hostitelé praktikující venkovský turismus jako alternativní typ turismu a díky jeho kombinaci s včelím turismem se setkávají s velkým zájmem a se zvýšením počtu návštěvníků. Obvykle dominují hosté ze zahraničí, ale zastoupeni jsou také lokální turisté. Nejčastějšími hosty jsou ti v důchodovém věku. Navštěvuje ji však také mnoho lidí z mladší generace kvůli velké zvědavosti a poznání procesu včelařského turismu a principu vdechování včelího vzduchu. Turisté sem obvykle cestují za odpočinkem a relaxací v přírodě, za procházkami k jezeru Kozjak a za účelem zlepšení svého zdraví. Hosté a hostitelé provádějí činnosti společně. Hostitelé pomáhají hostům s přípravou procesu vdechování vzduchu v komorách. Hostitelé jsou milí, příjemní a pohostinní a turisté, kteří toto místo navštíví, se obvykle opět vrátí. Po vypuknutí pandemie a během vrcholu šíření covidu-19 byl tento domek a obě komory uzavřeny. Hostitelé se vrátili do svého domova v hlavním městě Skopje a hledali alternativní řešení v jiném zaměstnání. Avšak stále měli vysoké náklady na udržování včelařství. S uvolněním přísných opatření je domov a obě komory opět v provozu v naději, že finanční pokles se rychle zlepší a poroste. Nyní je zde jen málo turistů, kteří jsou výhradně lokální.

Závěr

Na základě provedeného výzkumu a analýzy shromážděných materiálů lze dospět k závěru, že Severní Makedonie dosáhla ve vývoji venkovského turismu významného pokroku navzdory silnému dopadu krize covidu-19. Tento pohled je založen na několika skutečnostech. Severní Makedonie má dobrou polohu s bohatou přírodní složkou. Turistické destinace nabízené pro venkovský turismus mají harmonickou strukturu a nemají vysokou hustotu osídlení. Venkovské oblasti jsou dostatečně daleko od stresu a rychlého tempa měst. Jsou bohaté na různorodou flóru a faunu. Velké historické a kulturní dědictví také významně přispívá ke zvýšení atraktivity turistického produktu. Ten zahrnuje řemesla, architekturu, folklór, stravu a životní návyky. Kromě pozitivních závěrečných údajů existují i negativní prvky, které zpomalují proces efektivnějšího rozvoje venkovského turismu v zemi. Výzkum v této bakalářské práci poukazuje na data, kde byly pomocí komparativní analýzy identifikovány určité překážky tohoto problému. Mezi ně patří nedostatek formální definice pojmu a také neúplná legislativa, nedostatečné zapojení centrální a místní správy, dezorganizace, nízká aktivita veřejného sektoru a nízká finanční úroveň.

Navzdory skutečnosti, že jsou ubytovací zařízení přizpůsobena očekáváním turistů, aniž by ztratila svou původnost, je zaznamenaná potřeba vybudování většího počtu takových ubytovacích zařízení.

Domácnosti zabývající se venkovskou turistikou zahrnuté v této studii se snaží nabídnout autentický turistický produkt a iniciativa propagace a rozšíření tohoto alternativního typu turismu se vyskytuje na regionální úrovni v rámci venkovské komunity. Všichni pocítovali dopad krize ve větší či menší míře, sociálně i ekonomicky. Změny, kterými venkovský turismus prošel, jsou nejnapadnější ve snížení počtu návštěvníků. Mnoha domácností zapojených do této činnosti čelilo v důsledku pandemie nezaměstnanosti. Ubytovací zařízení nebo tradiční domy a rodinné podniky v rámci venkovského turismu, které fungovaly dál, měly po uvolnění opatření další spotřebu. Hostitelé hostům poskytovali ochranné pomůcky proti covidu-19, jako jsou dezinfekční prostředky, rukavice a masky. Krizové domácnosti hledaly pomoc u různých nevládních organizací doma i v zahraničí. Pokud jde o vztahy mezi hosty a hostiteli jako hlavními aktéry venkovského turismu, analýza ukázala, že před globální krizí nebyly zaznamenány žádné nepříjemné okamžiky. Vztah byl neformální a uvolněný, přičemž obě skupiny v domácnosti spolupracovaly. Sdílely vzájemně zkušenosti a kulturní zvyky. Místní domácnosti nebo hostitelé neměli problém komunikovat v jiném jazyce kvůli vzájemnému

porozumění. Hlavním jazykem, kterým se nejčastěji komunikovalo, byla angličtina. Hosté neměli žádný vliv na jakékoli změny v kultuře a zvycích. Úplně přijali kulturu, ve které se ocitli, a respektovali její normy a praktiky. Návštěvníci obvykle zakončili dovolenou s potěšením a uspokojením. Nyní je situace trochu jiná. Společné činnosti nejsou tak běžné jako dříve, mezi hosty panuje izolace a strach. Komunikace mezi těmito dvěma skupinami není tak sociální blízká jako před covidem-19, protože všichni přítomní nosí ochranné masky a jsou dodržována distanční opatření dva metry. Další analýza údajů ukazuje, že venkovský turismus v Severní Makedonii má výhradně pozitivní dopad na domorodé obyvatelstvo včetně kultury. Rozvoj tohoto druhu turismu revitalizuje spoustu zapomenutých venkovských oblastí, které mají velkou kulturní hodnotu. Mnoho domů, které dříve byly v havarijním stavu, nyní prochází rekonstrukcí. Ožívá místní folklór, tradiční jídlo a životní prostředí. Nezaměstnanost klesá a otevírají se dveře do světa. Je vytvořen obraz krás Severní Makedonie a jejího bohatého kulturního dědictví.

Sociální a ekonomické změny v turismu obecně a venkovského turismu v důsledku covidu-19 jsou však proměnlivé v čase a prostoru. Některé venkovské destinace nepochybně přehodnotí povahu svého turistického odvětví a zaměří se více na udržitelnější podnikání, které tolik nepotřebuje vládní zásah, jež je v současné době přetížený záchranou životů a vytvářením přijatelných podmínek v ekonomice a vzdělávacích systémech (Hall et al., 2020).

Tato bakalářská práce přináší pohled na problematiku venkovského turismu v Severní Makedonii zasažené pandemií covidu-19 v naději, že bude mít prosperující význam pro další výzkum.

Seznam použité literatury

- ALIZADEH, Fereshteh, AHMADI, Fatemeh. An Anthropological Approach to Discourse of Natural Heritage and Rural Tourism. *International Journal of Engineering & Technology*, 2018, 7 (4.7), 42–46.
- BEETON, Sue. *Community development through tourism*. Australia: Landlinks Press, 2006. 246 s. ISBN 978 0643069 62 6.
- BANNIKOV, K. Anthropology of Tourism. In: *Montblanc.press* [online] 30. 10. 2020. Dostupné z: <https://montblanc.press/en/articles/51/159/>.
- CIOTTI, Marco et al. Covid-19 Outbreak: An Overview. *Chemotherapy*, Karger. 2019, 64, 215–223.
- GRABURN, H., H. The Anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*. Barkley: USA. Elsevier. [online] 1983, 10 (1) 9–33. Dostupné z: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(83\)90113-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(83)90113-5).
- HALL, C., Michael, Daniel SCOTT, Stefan GÖSSLING. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment. [online] 2020, 22(3) 577-598. ISSN 1470–1340. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>.
- HALFACREE, Keith. Locality and Social Representation: Space, Discourse and Alternative Definitions of the Rural, *Journal of Rural Studies*, 1993, 9 (1), 23–37.
- JAFARI, Jafar. ed. *Encyclopedia of Tourism*. London: Routledge. 2000 ISBN 0-415-15405-7.
- ЈАКОВЛЕВ, Златко. *Основи на туризам*. Штип: Универзитет „Гоце Делчев“, 2018, 226 s. ISBN 978-608-244-609-7.
- KITEVSKI, Goran, ILIEV, Dejan. Tourism in Covid-19 Pandemic in North Macedonia: Experiences and Perspectives. In: *Challenges of tourism and business logistics in the 21st century, Third International Scientific Conference*. Shtip: Faculty of Tourism and Business Logistics Goce Delchev University of Shtip, 2020, s. 305–314. ISBN 978-608-244-779-7.
- КАЦАРСКИ, М., Емилија, Костадинка ПАНОВА, Весна Г., СВРТИНОВА. Влијанието на Ковид-19 врз трговијата со услуги. In: *Годишен зборник 2020. Штип: Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип Економски Факултет*. ISSN 1857-7628.

LEIPER, Neil, The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry, *Annals of Tourism Research*, 1979, **6** (4), 390–407.

МЕТОДИЈЕСКИ, Дејан ДИМИТРОВ, Никола. *Рурален туризам: Политика и развој. Штун*: Универзитет "Гоце Делчев", 2018. 162 s. ISBN 978-608-244-493-2.

МЕТОДИЈЕСКИ, Дејан. *Туризмот во руралните средини*, Скопје: Современост, 2012. 294 s. ISBN 978-608-4501-32-9.

МЕТОДИЈЕСКИ, Дејан ДИМИТРОВ, Никола. *Рурален туризам*. Скопје: Универзитет „Гоце Делчев“, 2013, 237 s.

NASH, Dennison, Valene L., SMITH. Anthropology and tourism, *Annals of Tourism Research*, 1991, **18** (1), 12–25.

Последователна студија за ефектите врз приватниот сектор туризам и угостителство погоден од здравствено економската криза предизвикана од пандемијата Covid-19 со препораки за справување со економските мерки, Скопје: Стопанска комора на Македонија Ноември, 2020.

PŮTOVÁ, Barbora. Anthropology of tourism: Researching interactions between hosts and guests. *Czech Journal of Tourism*. [online] 2018, 7(1) 71-92. ISSN 1805 9767. Dostupné z: <https://doi.org/10.1515/cjot-2018-0004>.

PŮTOVÁ, Barbora. *Antropologie turismu*. Praha: Univerzita Karlova, Nakladatelství Karolinum, 2019. 217 s. ISBN 978-80-246-4354-0.

RADULOVIC, Makedonka, TODOROVA, Biljana. The effect of the Covid-19 pandemic on the gender perspective of the labor relations, *International Journal*, **44** (3), 239–244.

РИСТОВСКИ, Горан. *Можности за развој на руралниот туризам во Република Македонија*. Битола, 2017. Магистерски труд. Универзитет „Св. Климент Охридски“ во Битола. Факултет за биотехнички науки. Ментор Проф. Д-р Трајче ДОЈЧИНОВСКИ.

SHARPLEY, Richard, JEPSON, Deborah. Rural Tourism. A spiritual experience? *Annals of Tourism Research*, 2011, **38** (1), 52–71.

ŠIMKOVÁ, Eva. Strategické přístupy ve venkovské turistice a udržitelný rozvoj venkova, *Agric. Econ- Czech*, 2007, **53** (6), 263–270.

ТАШКОВ, Нако, Никола, В., ДИМИТРОВ, Дејан МЕТОДИЈЕСКИ. (2013) Регионална распространетост на руралниот туризам во ридско-планинските подрачја. In. *Проблеми и перспективи на ридско-планинските подрачја*. Охрид.

ТАНЕСКИ, Ненад. Штит, *Магазин на министерство за одбрана на Република Северна Македонија*, 2020, **12** (130), 3–17.

The World Tourism Organization (UNWTO): Rural tourism [online] ©2021 [cit. 1. 7. 2021].
Dostupné z: <https://www.unwto.org/rural-tourism>.

TOWNER, John. What is tourism's history. *Tourism Management*, 1995, **16** (5), 339–343.

XIONG, J. et al. Impact of COVID-19 pandemic on mental health in the general population: A systematic review, *Journal of Affective Disorders*, Elsevier, 2020, (277), 55–64.

Přílohy



1. Interiér venkovského domu (archiv studentky)



2. Venkovský dvůr zdobený tradičními prvky (archiv studentky)



3. Ložnice v tradiční podobě (Pece Cvetkovski)



4. Část kuchyně, kde se peče domácí chléb ve venkovském domě (Pece Cvetkovski)



5. Aktivita v rámci turistického produktu ve venkovské oblasti (Pece Cvetkovski)



6. Estetika ve své původní formě (archiv studentky)



7. Domáci potravinárské produkty (archiv studentky)



8. Venkovský dům (archiv studentky)